

UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA
ESCUELA DE POSGRADO

Maestría en Comunicación y Marketing



TESIS

**Calidad de servicio y su relación con la imagen
institucional del Palacio de Justicia, 2023**

(Para optar el grado académico de Magister en Comunicación y Marketing)

PRESENTADO POR:

Luis Geancarlos Contreras Chupillon

ASESOR:

Arturo Ítalo Aponte Urdaniga

LIMA – PERÚ

2025

**INFORME DE SIMILITUD DE LA
TESIS DE ARMANDO LUIS CONTRERAS CHUPILLÓN**

INFORME																
Título de la tesis	Calidad de servicio y su relación con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023															
Autor/a del trabajo de investigación (tesis)	Luis Geancarlos Contreras Chupillon DNI: 44486365															
Asesor/a	Nombres y apellidos: Arturo Ítalo Aponte Urdaniga DNI: 09463178 ORCID: https://orcid.org/0000-0002-3658-8788															
Grado/Título para obtener	Grado de Magíster en Comunicación y Marketing															
Fecha aplicación software Strike Plagiarism	7 de mayo de 2025															
Índice de similitud	21,74 %															
Máximo permitido por la EPP de la UJBM	25 %															
Responsable de la aplicación del software antiplagio	Mg. Prisea Vilchez Samanez															
<p>Título Calidad de servicio y su relación con la imagen institucional en el Palacio Nacional de Justicia (Para SP)</p> <p>Autor Promotor Luis Geancarlos Contreras Chupillon Arturo Aponte Urdaniga</p> <p>Registro de similitudes</p> <p>Ten en cuenta que los valores altos de coeficientes no significan automáticamente el plagio.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>21.74% 21.74% CS 1</p> <p>25 La longitud de frase para el CS 2</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>0.22% 0.22% CCot</p> <p>13860 Longitud en palabras</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>94599 Longitud en caracteres</p> </div> </div> <p>Alertas</p> <p>En particular, los fragmentos requieren atención, que se han incluido en el CS 2 (marcado en negrita). Use el enlace "Marcar fragmento" y vea si son frases cortas dispersas en el documento (similitudes casuales), numerosas frases cortas cerca de otras (plagio mosaico) o fragmentos extensos sin indicar la fuente (plagio directo).</p> <p>Los 10 fragmentos más largos Color en el texto</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>NO</th> <th>TÍTULO O FUENTE URL (BASE DE DATOS)</th> <th>NÚMERO DE PALABRAS IDENTICAS (FRAGMENTOS)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/20_500_14229/263/1/Roncal-Madge-Mar%3%aada-Ang%3%a9lica.pdf</td> <td>147 1.06 %</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/20_500_14229/353/1/TESIS%20DE%20CARRASCO%20LLAVILLA%20%28R%29.pdf</td> <td>99 0.71 %</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>https://fijhtml5.com/eenew/pgz/CAPITULO_4_ENFOQUE_AL_CLIENTE/</td> <td>95 0.69 %</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/20_500_14229/353/1/TESIS%20DE%20CARRASCO%20LLAVILLA%20%28R%29.pdf</td> <td>67 0.48 %</td> </tr> </tbody> </table>		NO	TÍTULO O FUENTE URL (BASE DE DATOS)	NÚMERO DE PALABRAS IDENTICAS (FRAGMENTOS)	1	http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/20_500_14229/263/1/Roncal-Madge-Mar%3%aada-Ang%3%a9lica.pdf	147 1.06 %	2	http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/20_500_14229/353/1/TESIS%20DE%20CARRASCO%20LLAVILLA%20%28R%29.pdf	99 0.71 %	3	https://fijhtml5.com/eenew/pgz/CAPITULO_4_ENFOQUE_AL_CLIENTE/	95 0.69 %	4	http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/20_500_14229/353/1/TESIS%20DE%20CARRASCO%20LLAVILLA%20%28R%29.pdf	67 0.48 %
NO	TÍTULO O FUENTE URL (BASE DE DATOS)	NÚMERO DE PALABRAS IDENTICAS (FRAGMENTOS)														
1	http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/20_500_14229/263/1/Roncal-Madge-Mar%3%aada-Ang%3%a9lica.pdf	147 1.06 %														
2	http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/20_500_14229/353/1/TESIS%20DE%20CARRASCO%20LLAVILLA%20%28R%29.pdf	99 0.71 %														
3	https://fijhtml5.com/eenew/pgz/CAPITULO_4_ENFOQUE_AL_CLIENTE/	95 0.69 %														
4	http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/20_500_14229/353/1/TESIS%20DE%20CARRASCO%20LLAVILLA%20%28R%29.pdf	67 0.48 %														

Nota: Ver informe completo de similitud

Lima, mayo de 2025



Prisea Vilchez Samanez
Jefe de Vigilancia de Originalidad del
Instituto de Investigación de la UJBM

Dedicatoria

A Dios, por darme el privilegio de disfrutar de la vida con buena salud; a mi madre, porque a pesar de no estar físicamente, sembró muchos valores en mi vida; y mi esposa e hijas, por motivarme a ser cada día mejor profesional, trabajador y persona.

Agradecimiento

Al Dr. Arturo Aponte Urdaniga por
asesorarme pacientemente para la
realización de esta investigación.

Índice

Informe de similitud	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Índice	v
Índice de tablas	viii
Resumen	x
Abstract	xi
Introducción	xii

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1	Descripción del problema	14
1.2	Formulación del problema	16
	1.2.1 Problema general	16
	1.2.2 Problemas específicos	16
1.3	Objetivos de la investigación	17
	1.3.1 Objetivo general	17
	1.3.2 Objetivos específicos	17
1.4	Justificación	17
	1.4.1 Teórica	17
	1.4.2 Metodológica	17
	1.4.3 Práctica	18
1.5	Delimitación de la investigación	18
	1.5.1 Temporal	18
	1.5.2 Espacial	18
	1.5.3 Social	18

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1	Marco histórico	19
-----	-----------------	----

2.2	Antecedentes de la investigación	20
2.2.1	Antecedentes nacionales	20
2.2.2	Antecedentes internacionales	22
2.3	Bases teóricas	24
2.3.1	Bases teóricas de Calidad de Servicio	24
2.3.2	Bases teóricas de imagen institucional	32
2.4	Definición de términos básicos	37

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

3.1	Hipótesis de la investigación	38
3.1.1	Hipótesis general	38
3.1.2	Hipótesis específicas	38
3.2	Variables de investigación /categorías	38
3.2.1	Identificación y definición	38
3.2.2	Operacionalización de las variables/categorías	39
3.3	Tipo, nivel y diseño de investigación	40
3.4	Población y muestra	41
3.5.1	Población	41
3.5.2	Muestra	41
3.5.3	Muestreo	43
3.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	43
3.6.1	Técnicas	43
3.6.2	Instrumentos	43
	Validez	44
	Confiability	44
3.6	Técnicas de procesamiento de datos	45

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1	Análisis descriptivo	46
4.2	Contrastación de hipótesis	59

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1 Discusión	66
---------------	----

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones	70
------------------	----

6.2 Recomendaciones	71
---------------------	----

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	73
-----------------------------------	-----------

1. Matriz de consistencia
2. Matriz de operacionalización de variables
3. Instrumento de recolección de datos
4. Validez del instrumento y Prueba de confiabilidad

Índice de tablas

Tabla 1 14 principios para transformar la gestión en las organizaciones.....	19
Tabla 2. Cantidad de usuarios mensuales en Palacio de Justicia.....	41
Tabla 3 Validación del juicio de expertos.....	44
Tabla 4 Confiabilidad de la variable 1.....	44
Tabla 5 Confiabilidad de la variable 2.....	45
Tabla 6 Infraestructura del Palacio de Justicia.....	46
Tabla 7 Espacios del Palacio de Justicia	46
Tabla 8 Equipos informáticos del Palacio de Justicia.....	47
Tabla 9 Inmobiliario y equipos informáticos del Palacio de Justicia.....	47
Tabla 10 Información impresa proporcionada en el Palacio de Justicia.	48
Tabla 11 Información digital proyectadas en pantallas.....	48
Tabla 12 Servicio de calidad del Palacio de Justicia.....	49
Tabla 13 Interés para resolver sus problemas.....	49
Tabla 14 Servicio brindado por el personal del Palacio de Justicia.....	50
Tabla 15 Destreza del personal del Palacio de Justicia.....	50
Tabla 16 Rapidez en la atención.....	51
Tabla 17 Empatía en la atención.....	51
Tabla 18 Cordialidad en la atención.....	52
Tabla 19 Atención personalizada.....	52
Tabla 20 Horarios de atención en el Palacio de Justicia.....	53
Tabla 21 Recomendación de los servicios del Palacio de Justicia.....	53
Tabla 22 Trato del personal del Palacio de Justicia.....	54
Tabla 23 Atención del personal de seguridad del Palacio de Justicia.....	54
Tabla 24 Atención del personal de la mesa de partes.....	55
Tabla 25 Profesionalismo del personal.....	55
Tabla 26 Trato cortés.....	56
Tabla 27 Imagen que tenía sobre servicio del Palacio de Justicia.....	56
Tabla 28 Mejora de la imagen del Palacio de Justicia.....	57
Tabla 29 Conformidad con la imagen ofrecida por el Palacio de Justicia	57
Tabla 30 Respuesta recibida por parte del personal del Palacio de Justicia.....	58

Tabla 31 Respuesta recibida oportuna.....	58
Tabla 32 Prueba de normalidad.....	59
Tabla 33 Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman.....	60
Tabla 34 Contrastación hipótesis general.....	61
Tabla 35 Contrastación hipótesis específica N° 1.....	61
Tabla 36 Contrastación hipótesis específica N° 2.....	62
Tabla 37 Contrastación hipótesis específica N° 3.....	63
Tabla 38 Contrastación hipótesis específica N° 4.....	64
Tabla 39 Contrastación hipótesis específica N° 5.....	64

Resumen

La presente investigación, titulada *Calidad de servicio y su relación con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023*, tiene un enfoque cuantitativo, un nivel correlacional y un diseño no experimental de corte transversal. La población estuvo conformada por 8574 usuarios del Palacio de Justicia y la muestra fue calculada en 369 a quienes se les aplicó un cuestionario previamente validado. Entre las conclusiones, se puede mencionar la existencia de una relación positiva y moderada entre la calidad de servicio y la imagen institucional en el Palacio de Justicia en el 2023, debido a que las expectativas y la percepción reflejada en recomendaciones y la misma imagen de la institución alcanzaron una aceptación moderada por parte de estos usuarios. Los encuestados manifestaron que la atención del personal de la mesa de partes del Palacio de Justicia fue personalizada. En relación a la calidad de servicio, la dimensión que obtuvo mejor aceptación fue los elementos tangibles como los dispositivos que cuenta la institución tales como las pantallas que sirve para llamar al público.

Palabras clave: calidad de servicio – satisfacción del usuario –Palacio de Justicia – capacidad de respuesta – elementos tangibles

Abstract

The objective of this research entitled Quality of service and its relationship with user satisfaction of the Palace of Justice, 2023 was to determine the relationship between quality of service and user satisfaction of a Peruvian public entity. In the methodological aspect, the research was quantitative, applied, correlational and non-experimental cross-sectional. The population was made up of 8,574 users of the Palace of Justice and the sample was calculated at 369 to whom a previously validated questionnaire was applied. Among the conclusions, it was confirmed that there is a positive and moderate relationship between the quality of service and the satisfaction of users of the Palace of Justice in 2023 because the expectations and perception reflected in recommendations and the image of the institution itself reached moderate acceptance by these users. This is caused because the respondents stated that the attention of the staff at the parts table of the Palace of Justice was personalized. In relation to the quality of service, the dimension that obtained the best acceptance was the tangible elements such as the devices that the institution has, such as the screens used to call the public.

Keywords: quality of service – user satisfaction – Palace of Justice – responsiveness – tangible elements

Introducción

La presente investigación tiene como objetivo determinar la relación existente entre la calidad de servicio y la imagen institucional del Palacio de Justicia. La calidad es un elemento de suma importancia para los usuarios de las instituciones o consumidores de productos, ya que es el principal elemento para medir la satisfacción de los mismos.

La estructura de este trabajo es la siguiente:

En el primer capítulo, se presentan y formulan los problemas y objetivos de esta investigación. Además, se justifica la misma en sus tres aristas: teórica, metodológica y práctica. Se finaliza con las delimitaciones de la investigación.

En el segundo capítulo se desarrolla el marco histórico de los principales ítems de la evolución de la calidad de servicio hasta los tiempos actuales. Luego, se establecen los antecedentes relacionados a esta investigación tanto a nivel nacional como internacional que más se relacionan con este estudio. A continuación, se plasma las bases teóricas de ambas variables para concluir con el marco conceptual de esta investigación.

En el siguiente capítulo, se desarrolla la metodología de esta investigación; es decir, se plantean las hipótesis, se definen las variables a nivel conceptual como operacional, el tipo, diseño, nivel de la investigación, la población, la muestra y el muestreo, para concluir con las técnicas de recolección de datos y del procesamiento de información.

Posteriormente, se presentan los resultados a nivel descriptivo de la aplicación de los cuestionarios, así como los resultados inferenciales que resultan en la manera de verificar las hipótesis correspondientes.

En el quinto capítulo, se halla la discusión respectiva de los resultados obtenidos en esta investigación con los resultados hallados por otros investigadores sobre temas de similar índole.

En la última parte, se hallan los anexos correspondientes a la matriz de consistencia, matriz de operacionalización, el instrumento de recolección de datos y las fichas de validación del instrumento; así como la carta de autorización de aplicación del instrumento y la transcripción de la entrevista al señor Guillermo Huallanca Portilla quien es el jefe de Seguridad y Periféricos del Palacio de Justicia.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción del problema

El área de marketing de cualquier institución tiene una serie de objetivos como posicionamiento, fidelización, reconocimiento y recordación de marca, entre otras. Respecto a entidades públicas que carecen de fines de lucro, los objetivos que se buscan con el área de marketing se hallan relacionados a generar satisfacción en los usuarios para generar una adecuada imagen institucional, y estos dos elementos se consiguen mediante una alta calidad de servicio brindada por la misma institución dependiendo del tipo de servicio que ofrece a sus públicos (Kotler y Keller, 2012).

La calidad del servicio es un componente decisivo para una buena percepción de toda institución nacional o internacional, por la accesibilidad de una relación de mayor proximidad de los usuarios con la entidad, cobrando esta, una mayor relevancia en las instituciones públicas (López y Arenas, 2020).

Uno de los objetivos que se plantean las instituciones es ofrecer una buena calidad de servicio a sus usuarios o clientes. Por eso los planes estratégicos de las instituciones estatales contemplan medidas para alcanzar ese objetivo. Por ejemplo, en el Poder Judicial, el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2021-2030 de este poder del Estado, aprobado el 31 de enero del año 2024, mediante la Resolución Administrativa N.º 000052-2024-P-PJ, tiene como uno de sus objetivos principales el promover la mejoría de la calidad del servicio de justicia para la ciudadanía, con el propósito de optimizar los procedimientos jurisdiccionales mediante una administración pública con enfoque de resultados, donde se prioriza la atención al ciudadano, dentro de los programas presupuestarios establecidos.

En el caso concreto del Palacio de Justicia (PJ), considerado como el símbolo del Poder Judicial del Perú, en donde funciona actualmente la Corte Suprema de Justicia, existe un gran flujo de usuarios. Según la Oficina de Seguridad Integral (2024), al mes ingresan un promedio de 8928 usuarios, entre abogados y personas naturales, quienes acuden a las diferentes dependencias con la finalidad de ver el avance de sus procesos,

expedientes, audiencias y en el mejor de las situaciones, las sentencias de sus respectivos casos.

La atención está a cargo de trabajadores orientadores, tales como el personal de seguridad, anfitrionas y mesa de partes, quienes son la primera imagen y contacto con los usuarios. De forma similar, el personal de seguridad dirige a las personas hacia la oficina que Mesa de Partes o Módulo de Atención al Usuario (MAU), a fin de continuar sus trámites correspondientes y no perderse en el interior de la sede del Palacio de Justicia. “Si bien es cierto que existe la voluntad de mejorar el servicio, falta un mayor esfuerzo para se reduzcan los reclamos”, manifestó Guillermo Huallanca Portilla, jefe de Seguridad y Periféricos del Palacio de Justicia, en una entrevista realizada para esta investigación.

Las Oficina del MAU es la encargada de recibir los reclamos. Los usuarios judiciales se acercan a esta oficina para quejarse por la falta de una orientación adecuada, por abrir sus ventanillas pasado la hora de inicio o por cerrarlas antes del culminar la jornada laboral y por otras razones. Algunos registran su insatisfacción a través del libro de reclamaciones, con el objetivo de que sea revisado por la Oficina de Administración de la Corte Suprema de Justicia de la República, representado por el administrador de turno, quien es el encargado titular nivel I del libro de reclamaciones del Supremo Tribunal, y posteriormente sea derivado a la Gerencia de Desarrollo Corporativo del Poder Judicial, quienes son monitoreados por la Subsecretaría de Calidad de Servicio de la Secretaría de Gestión Pública de la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM), órgano que se encarga de evaluar los resultados del proceso de gestión de reclamos.

Ante los reclamos, los encargados del área del Módulo de Atención al Usuario (MAU) solicitaron, el 10 de febrero de 2023, a través de un documento dirigido al administrador de la Corte Suprema, que se busque una solución a esta problemática y que se capacite al personal que tiene trato directo con los usuarios, con el objetivo de reforzar el manejo y control de emociones ante usuarios coléricos y prepotentes, manejar una adecuada forma y tono de voz al atender al usuario, paciencia y amabilidad al tratar con personas adultas mayores, discapacitados, gestantes y con niños, criterio para actuar frente a determinadas situaciones, empatía con los usuarios, proactividad y real vocación de servicios.

De otro lado, el Poder Judicial informó que se estaba tomando medidas para mejorar el servicio. Según una nota de prensa difundida el 14 de enero de 2023, informó que en Palacio de Justicia, se había puesto a disposición de la ciudadanía un nuevo Módulo de Atención al Usuario (MAU), con el fin de brindar una atención personalizada, ágil, oportuna y eficaz a los usuarios/as que solicitan orientación de los diversos servicios que ofrece la institución, para lo cual se había dotado de amplios ambientes y modernos equipos tecnológicos. Informó que en sus siete primeros días después de instalado el nuevo módulo, el MAU atendió a 1 mil 280 usuarios en los diversos servicios que brinda. El servicio con más demanda es la consulta por WhatsApp con 685 solicitudes atendidas, seguido por el servicio “atención vía telefónica” con 328 consultas, y luego por “solicita tu cita para orientación judicial presencial” con 218 pedidos.

Teniendo en cuenta este contexto, la presente investigación buscará determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la imagen institucional en el Palacio de Justicia, 2023.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cuál es la relación entre los elementos tangibles y la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023?

¿Cuál es la relación entre la fiabilidad y la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023?

¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta y la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023?

¿Cuál es la relación entre la seguridad y la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023?

¿Cuál es la relación entre empatía y la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 *Objetivo general*

Determinar la relación entre la calidad de servicio y la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

1.3.2 *Objetivos específicos*

Establecer la relación entre los elementos tangibles y la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

Establecer la relación entre la fiabilidad y la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

Establecer la relación entre la capacidad de respuesta y la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

Establecer la relación entre la seguridad y la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

Establecer la relación entre la empatía y la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 *Teórica*

Esta investigación se respaldó en los planteamientos de Evans y Lindsay (2014) quienes estipulan el tema de calidad de servicio, que implica mantener elevados niveles de calidad para satisfacer a los clientes a fin de que experimenten mayor complacencia; además que, la satisfacción del cliente es un factor importante en la utilidad neta. De forma similar, se sustenta en las posturas de Luengo (2015) sobre imagen corporativa, quien plantea los niveles de la satisfacción del usuario entendidos como insatisfacción, satisfacción y complacencia. Asimismo, se manifestó la información relevante de nuevos conocimientos teóricos para una mejor recepción del mensaje brindado por esta institución judicial.

1.4.2 *Metodológica*

Se intentó profundizar en bases científicas con enfoque cuantitativo por intentar establecer la relación existente entre ambas variables de estudio. Al mismo tiempo, el

instrumento (cuestionario) podrá ser modificado para próximas tesis. Los datos obtenidos serán medidos en Escala de Likert para escoger la mejor alternativa según cada participante.

1.4.3 Práctica

Se asentaron fundamentos y otros antecedentes que valen para siguientes investigadores que revelen extender sobre el mismo, así como en variadas discusiones de temas similares.

También, respecto a la optimización de la calidad de servicio, es considerada como elemento de control que facilita aumentar la satisfacción del usuario a un nivel de complacencia como plantea Luengo (2015) de cualquier entidad, siendo posible que esta entidad emplee el mismo instrumento y optimice la satisfacción de sus propios usuarios.

1.5 Delimitación de la investigación

1.5.1 Temporal

Esta investigación se ejecutó en el periodo de enero hasta octubre del 2023.

1.5.2 Espacial

Esta investigación se llevó a cabo en el Palacio de Justicia (PJ) ubicado en la avenida Paseo de La República S/N, distrito de Cercado de Lima, provincia de Lima, región Lima.

1.5.3 Social

Esta investigación comprendió los usuarios del Palacio de Justicia.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Marco histórico

Historia de la Calidad de Servicio

Deming (1947) sostiene la relevancia del liderazgo empresarial, agrupaciones clientes-proveedores y mejora constante en procesos manufactureros. La influencia del autor en la industria nipona fue tan importante que se estableció en 1951 el *Deming Application Prize*, para distinguir compañías con elevado nivel de calidad. Asimismo, este personaje destaca por crear los *14 Principios de Calidad de Deming* (Evans y Lindsay, 2014).

Tabla 1.

14 principios para transformar la gestión en las organizaciones

1. Crear la constancia de mejora del producto y servicio.
2. Adaptación a las nuevas filosofías.
3. Supervisión pormenorizada de los bienes creados.
4. Trascender a realización de negocios pensando únicamente en el precio.
5. Optimizar constantemente el método productivo y de servicio.
6. Implantar la formación.
7. Implantar el liderazgo.
8. Alejarse del temor del impedimento.
9. Unificar planes entre departamentos.
10. Descartar eslóganes, exhortaciones y metas para la mano de obra.
11. Eliminar los cupos para obreros y objetivos para la dirección.
12. Estimular la educación y automejora en todos.
13. Descartar las barreras que limitan el orgulloso hacia el trabajo.
14. Actuar para conseguir la transformación.

Como mencionan Cubillos y Rozo (2019), se complementa lo planteado por Deming (1947) al manifestar que se debe capacitar a todo nivel jerárquico respecto a la calidad y hacer partícipe a los trabajadores de la calidad que busca la empresa. Este investigador plantea la trilogía de calidad, la cual consiste en 3 aspectos: planificar, controlar y mejorar la calidad, resultando en una variación cultural en las empresas.

En 1951, Feigenbaum desarrolló la idea de control de la calidad total aplicándolo en General Electric para certificar la permanencia de productos. La filosofía de este personaje se centra en 3 elementos: liderazgo de calidad, tecnología moderna y compromiso institucional.

En 1961, Crosby insinúa que las estratagemas de la calidad deben enfocarse, adicionalmente de los mandos directivos, en los empleados por ser quienes prestan el servicio. El enfoque de Crosby, respecto a la calidad se centra en uno de índole conductual, siendo los aspectos trascendentes para la optimización la determinación, la educación y la ejecución (Ruiz, 2020).

Posteriormente, en 1969, Ishikawa centra su filosofía de calidad en los consumidores y sus necesidades para ofrecer a las personas lo que realmente están buscando y sientan la satisfacción correspondiente por la empleabilidad de lo que estaban buscando.

La aparición de tecnologías como internet consiguió alta productividad de los ofertantes, llegando al hecho de que entregar el producto o servicio ya no es sinónimo de éxito. En otras palabras, las empresas no pueden estar de espaldas a controles de calidad de sus procesos y productos finales.

2.2 Antecedentes de la investigación

2.2.1 Antecedentes nacionales

Boyer (2024) en la investigación *Publicidad gráfica de Facebook y la imagen corporativa de la Universidad Nacional de Tumbes, 2023* planteó el objetivo de determinar la relación entre la publicidad gráfica realizada en Facebook y la imagen corporativa de una universidad nacional. La investigación fue cuantitativa, correlacional, no experimental y de corte transversal. Entre las conclusiones se halló que la publicidad gráfica en Facebook de la universidad está vinculada con la imagen institucional de la universidad para el 2023. Los componentes más sobresalientes fueron los títulos de las

publicaciones, que atraen la atención e incentivan la lectura del contenido, junto con las imágenes de estudiantes y la mezcla de colores utilizada para despertar el interés de los estudiantes de esta institución educativa.

Panduro (2022) en la investigación *Calidad de servicio del expediente judicial electrónico frente a la administración de justicia del distrito judicial de Condevilla, 2022*. Desarrolló el estudio de tipo de investigación básica, el nivel es descriptivo, el diseño no experimental de corte transversal. Entre las conclusiones, se halló una relación positiva entre las variables. La implementación del expediente judicial favorece el desarrollo de administración de justicia al reducir el trámite ya que este es burocrático mientras que los plazos son breves. El personal puede adaptarse a los cambios en tecnología aunque los administradores deben mantenerse prestos a la implementación de estas modificaciones. Del mismo modo, se reduce el tiempo en atención al cliente ya que el procedimiento puede ser realizado desde cualquier lugar. Finalmente, se determina que se puede integrar la gestión de base de datos.

Quesada (2021) en la investigación *Relación entre la gestión del cambio y la calidad de servicio del Poder Judicial Chimbote Distrito Judicial Del Santa, 2021*. Planteó el objetivo de determinar la relación entre las variables en el Poder Judicial de El Santa. Metodológicamente, fue aplicada, no experimental, descriptiva, siendo la muestra de 241 servidores. Entre las conclusiones se halló un nivel regular a la calidad de servicio, así como una relación alta (0.728) entre variables. Respecto a las dimensiones de la calidad de servicio, se halló que los bienes tangibles se hallan en un nivel regular según las perspectivas de los encuestados (60%) recayendo en los equipamientos, la estructura y los materiales. Respecto a la fiabilidad, se halló en nivel regular (65%) con la responsabilidad de labores y cumplimiento de horarios. Sobre la capacidad de respuesta, también alcanzó un nivel regular (61%) al poseer conocimientos sobre las funciones, buena atención al usuario y también se cumple con los plazos para los trámites. Por el lado de seguridad, estuvo en un nivel regular (59%) al considerar que sí se presta confianza al usuario, se controla el orden de la documentación y existe confianza recibir orientación del personal. Respecto a la empatía, se halló en nivel regular (63%) resaltando las respuestas acertadas sobre los trámites, comprensión en las necesidades y esmero al cumplir sus funciones.

Montenegro (2020) en la investigación *La calidad del servicio de la Sede Central del Distrito Fiscal de Lambayeque, Ministerio Público y lineamientos de mejora*. Desarrolló un estudio metodológicamente de enfoque cuantitativo, correlacional, no

experimental y de corte transversal. Entre los resultados se halló que la calidad resultó en término medio (42%) y respecto a las dimensiones de esta variable resultó bajo en fiabilidad y capacidad de respuesta; en nivel intermedio, elementos tangibles y empatía; en nivel alto, seguridad. Respecto al nivel de satisfacción del usuario, resultó en un nivel intermedio (40.5%) y sus dimensiones – trato del personal, estructura-organización, comodidad y competencia profesional – obtuvieron el mismo nivel regular. Entre las conclusiones se halló una relación alta entre las variables, así como con las dimensiones de la calidad de servicio con la satisfacción del usuario.

Matos (2020) en la investigación *La calidad del servicio de administración de justicia y su relación con la satisfacción de los justiciables, de la especialidad civil del distrito judicial de Lima Norte año 2017*. Metodológicamente, fue cuantitativo, correlacional, no experimental y de corte transversal. La muestra fue de 192 individuos. Entre los resultados se halló que la calidad de servicio fue considerada como buena y muy buena, mientras que las conclusiones se halló una relación directa y buena entre las variables (0.716). Asimismo, se propone un plan de mejora en la calidad del servicio. Las dimensiones de calidad de servicio –gestión, manejo organizativo y tecnologías de la información – guardan relación moderada con la satisfacción del usuario; en cambio, dos dimensiones – fiabilidad de los procesos y capacidad de respuesta – obtuvieron correlaciones bajas.

López y Arenas (2020) en la investigación *Gestión de la calidad y la satisfacción de los usuarios de los centros de asistencia legal gratuita de Lima*, plantearon el objetivo de establecer la incidencia de la gestión de calidad sobre la satisfacción del usuario de lugares de asistencia legal. Metodológicamente, fue mixto, explicativo, diseño no experimental y corte transversal. Se encuestó a 299 individuos y los resultados fueron que el 63% nunca vieron el libro de reclamaciones. El 46.4% nunca percibió mejoras en la calidad del servicio. Sobre el tiempo de espera resultó entre malo, muy malo e indiferente (más del 60%). Entre las conclusiones se halló que la sobrecarga laboral es un factor para la mala calidad del personal. Existe relación baja entre la atención al contribuyente y calidad de servicio con la satisfacción. La capacidad de respuesta, el tiempo de espera y la confianza se relacionan moderadamente con la satisfacción.

2.2.2 Antecedentes internacional

Novoa (2020) en la investigación *Índice de calidad de la justicia del Poder Judicial de Chile ¿un instrumento para medir la producción de valor público?*, planteó

el objetivo de analizar si la calidad en el sistema de justicia evalúa la producción del valor público chileno. Sobre la metodología fue cualitativa, descriptivo, básica y de diseño no experimental. Respecto a la recopilación de datos, se empleó la revisión bibliográfica y entrevistas semiestructuradas a expertos. Entre las conclusiones, se halló que es muy importante evaluar la capacidad del sistema judicial para brindar calidad. El valor público es complicado medir ya que se debe diseñar varios instrumentos sobre este concepto para cuantificar la producción de valor. Existen elementos que no están contemplados en el modelo estipulado. Finalmente, el instrumento de medición planteado también puede medir el desempeño organizacional.

Ganga, Alarcón y Pedraja (2019) en la investigación *Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt – Chile* planteó el objetivo de determinar la calidad de servicio aplicando un modelo a un juzgado chileno. Fue cuantitativa, descriptiva, básica, no experimental y longitudinal. Entre las conclusiones, se halló que los grados de mayor satisfacción fueron las dimensiones confiabilidad, seguridad y elementos tangibles resaltando las dos últimas; en cambio, las que generan menor satisfacción fueron las dimensiones capacidad de respuesta y fiabilidad. Las expectativas son un factor importante para la evaluación de los usuarios porque se pueden comparar los resultados vistos antes y después de ser recibidos. Para poder optimizar la calidad de servicio, primero se debe evaluar, luego identificar los puntos débiles y, finalmente, plantear propuestas de mejora según los objetivos institucionales.

Aguerre (2018) en la investigación *Satisfacción del cliente del Juzgado de Faltas de la Municipalidad de Ensenada*, planteó el objetivo de determinar el grado de satisfacción de los usuarios de este juzgado argentino. En metodología fue cuantitativa, básica, descriptiva, no experimental y de corte transversal. De una población de más de 55,600 habitantes, se encuestó a una muestra de 250 usuarios. Algunos resultados evidencian que los equipos empleados para la atención son regulares, siendo este su nivel de satisfacción. Respecto a las instalaciones físicas, los encuestados manifestaron que son normales (28%) y, mayoritariamente, atractivas y muy atractivas (46%). Finalmente, la apariencia física de los empleados resultó normal (24%), correcto (26%) y pulcro (24%). Entre las conclusiones se halló que los usuarios se encuentran medianamente satisfechos con la atención recibida. Respecto a la capacidad de respuesta y confiabilidad fueron las dimensiones con menor puntaje obtenido, debiendo ser reforzados los indicadores de

rapidez, disponibilidad de atención, cumplimiento de promesas e interés para resolver los problemas.

Delgado (2018) en la investigación *Gestión de calidad de servicio en instituciones del poder judicial ecuatoriano* planteó el objetivo de realizar un análisis de la calidad del servicio en instituciones en un tribunal contencioso ecuatoriano respecto a las percepciones de sus usuarios. Fue cuantitativa, descriptiva, básica y no experimental. Entre las conclusiones, se halló que el 70% considera que la calidad brindada no cumple con sus expectativas y este porcentaje se da tanto por parte de los trabajadores como de los usuarios de este servicio. Asimismo, se manifiesta que los encuestados se hallan en contra de una administración basada en estrategias ya que las exigencias logísticas y técnicas, así como los formatos para gestionar requerimientos no se hallan constantes para la atención al público. De igual forma, existe opinión negativa respecto a la falta de asignación de recursos mínimos cuando se les necesita. Sobre la información de procedimientos, cerca del 60% afirmaron estar en contra sobre la data que requieren para la realización de algún trámite. En términos generales, los encuestados manifestaron que este tribunal contencioso brinda una mala calidad del servicio prestado.

2.3 Bases teóricas

2.3.1 Bases teóricas de la calidad de servicio

Deming (1994) sostiene que este término refiere al gozo del cliente respecto al bien obtenido y el grado de percepción va desde muy insatisfecho a muy satisfecho. Dentro de las cualidades resaltantes se halla tiempo, urgencia, familiaridad, entrega, cuidado durante la manipulación y transporte del bien, entre otras. También, discurre que el cliente reacciona instantáneamente al recibir el servicio; en cambio la respuesta a un producto puede tardar más debido a la empleabilidad que generará el cliente. En otras circunstancias se estima que el pensamiento del usuario sobre el servicio puede transformarse dependiendo de entornos, predisposiciones, períodos u otros componentes. La calidad guarda relación con la mejora continua del servicio, por ello es que los jefes tienen un rol trascendente como organizadores del trabajo en equipo, retroalimentación oportuna a los subordinados, estimulación al colaborador para sentir orgullo de la labor y prevenir dificultades redundantes en un futuro.

Por otro lado, Denton (1991) afirma que la calidad resulta en el grado de optimización de lo producido. Considera que calidad y productividad se hallan ligadas, pues uno es reflejo del otro resultando fundamental en la satisfacción al cliente. Se suele evaluar la productividad, aunque poco se centra en medir la calidad; es por ello que afirma que se debe pensar en clientes constantes y fidelizados mas no solamente centrarse en generar nuevos. Enfatiza que un bien con calidad exige que de empleados motivados, afables e interesados pues la calidez humana es más importante que los activos fijos con los que pueda gozar la empresa al momento de ofrecer servicios obteniendo un valor diferencial. También sugiere el establecimiento de un control para conocer lo que hace su trabajador. Adicionalmente afirmar que el servicio es el valor diferencial de la organización debido a que varios productos, esencialmente, son parecidos. Se debe considerar que los clientes son más exigentes.

Desde el pensamiento de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993) manifiestan que este término, es la perspectiva de aceptación o rechazo entre perspectivas y percepciones. La calidad apunta a lo percibido respecto a un producto. La clave para para una excelencia en la calidad en el servicio resulta en emparejar o exceder expectativas del cliente. Para que esta sea superada constantemente se debe hacer una revisión periódica de la misma. Como cualidad se puede afirmar que es cultural por inmiscuir a todo el personal, desde los directivos hasta los colaboradores. Al gestionar eficazmente las quejas de los usuarios propicia mayor lealtad y, a su vez, mayor rentabilidad. También son importantes las referencias, exigencias individuales, experiencias y comunicación externa. Según Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993) esta variable presenta las 5 dimensiones de este estudio.

En sentido similar, Kotler (2012) afirma que la calidad refiere a la sumatoria de atributos y cualidades de los bienes o servicios que inciden en la facultad para saciar las necesidades de los consumidores. Kotler (2012) sostiene pese a que un servicio es una actividad realizada por alguien, esta puede conllevar a la realización de un producto palpable. Por el lado virtual, también se sostiene que muchas marcas brindan servicios 100% digitales, aunque sin dejar de renovarse. También concuerda con los autores al mencionar que el consumidor crea perspectivas sobre el servicio como consecuencia de experiencias previas, referencias de terceros y publicidad.

Importancia de la Calidad de Servicio en la actualidad

Según con Arellano (2017) el empresariado debe saber lo que busca el cliente para hacerlo sentir importante, darle bienestar y otorgar un servicio rápido. Las gracias otorgadas por una buena calidad son posicionamiento, motivación, fidelidad, disminución de reclamos, recompra, captación de nuevos clientes, entre otros.

Según Larico (2022) mantener elevados niveles de calidad implica satisfacer a los clientes y que estos experimenten mayor complacencia. También sirve para desarrollar una imagen institucional óptima en los consumidores.

Tipos de Servicio

Morillo (2016) manifiesta que en cualquier organización se puede hallar alguno de los dos tipos de servicios: inferior y superior, los mismos que serán explicados en seguida:

Servicio Inferior: la causa principal es la desmotivación del personal por falta de capacitación o porque no se hayan con los objetivos empresariales. Este tipo puede afrentar al consumidor haciéndolo sentir como un inútil. Esto también se debe a que los jefes de área incumplen con las condiciones laborales, escasea la opción de ascensos, inadecuado clima laboral entre otros indicadores propios de la parte administrativa. Es así como se aprecia la manera en la que la dirección pone interés en reducir facultades técnicas en vez de potenciar las habilidades humanas.

Sterling (2022) tiene un pensamiento similar al sostener que los directivos solamente buscan rentabilidad presionando a sus colaboradores para alcanzar tales fines. Puede darse el caso de existencia de promociones para los clientes, aunque el servicio postventa suele ser desatendido. Este tipo de servicio puede generar un efecto multiplicador negativo para la empresa.

Servicio Superior: al igual que en el caso anterior, surge desde los directivos pues están pendientes en esforzarse en brindar mejores servicios para obtener la máxima complacencia de sus públicos. Se puede apreciar un acercamiento entre clientes y gerencia. Al contrario del caso anterior, existe mejoras en el clima organizacional, opciones de ascenso, pagos sustanciales y consideraciones al personal para mantenerlo estimulado y conectado con los objetivos empresariales. Las quejas son percibidas como una manera de superación y agradecimiento con los clientes quienes evidencian los

errores en los que está incurriendo la empresa. Al escuchar al cliente, este se sentirá con beneplácito y optará por volver a la compra en esta entidad.

De forma similar, Sterling (2022) manifiesta que un servicio superior involucra la creación de buenas relaciones interpersonales con clientes, resolución de conflictos, búsqueda de soluciones y un servicio personalizado con calidez, cercanía, respeto e inclusión.

La calidad en instituciones no lucrativas

Las organizaciones no suaves generalmente toman iniciativas de calidad. La mayoría de las veces, este retraso se debe a la falta de comprensión y conocimiento de lo que se necesita y cómo los gerentes se relacionan con las actividades comerciales que se centran en las estrategias de ventas y el crecimiento del mercado, los problemas diarios de flujo de efectivo y los puntos de venta diarios de las salidas. Además, las pequeñas y medianas empresas y organizaciones sin fines de lucro tienen pocos recursos necesarios para construir y mantener un sistema de calidad más formal. Sin embargo, desde la perspectiva de los tres principios de calidad general, un enfoque orientado al cliente es extremadamente importante para las pequeñas empresas. El presidente o fundador de la compañía es a menudo el contacto principal con clientes importantes y los conoce muy bien. La mayoría de las pequeñas empresas viven o mueren de acuerdo con sus clientes, pero otros dos principios:

Trabajo en equipo y participación, y el enfoque de procesos y la mejora continua. Rara vez participan. Los gerentes de pequeñas empresas, especialmente los gerentes de negocios familiares, casi siempre tienen una actitud de "comando y control". Esto rige el proceso de decisión, por lo que el proceso tiende a no estructurarse y no basado en datos e información apropiados. En la mayoría de los casos, es casi importante realizar las tareas presentadas a diario en lugar de actividades de planificación de mejoras a largo plazo.

Muchas otras características de las pequeñas y medianas empresas tienen un efecto negativo en la implementación del principio general de calidad. Estas características incluyen:

La falta de influencia en el mercado puede afectar las capacidades de las pequeñas empresas para garantizar que los proveedores participen en esfuerzos de alta calidad.

No reconocemos cuán importantes son las estrategias de recursos humanos para las estrategias de gestión de calidad en nuestra capacidad para tomar decisiones, participar y proporcionar capacitación de alta calidad.

La falta de experiencia en gestión profesional y los enfoques a corto plazo a menudo conducen a una asignación inadecuada de recursos entre la calidad total de la calidad. Menos conocimiento y experiencia técnica que obstaculiza el uso efectivo de herramientas de alta calidad y técnicas de mejora.

La naturaleza informal de la comunicación y la falta de sistemas de información estructurados que obstaculizan la implementación. Sin embargo, muestra que muchas pequeñas empresas pueden administrar bien las iniciativas de calidad. Las PYME a menudo sacan esta conclusión cuando los desafíos clave del mercado crecen o enfrentan. No es posible continuar con los tipos de gestión pasados y requiere infraestructura orientada sistémicamente hacia la dirección del proceso. Ejemplos son el nombre de Texas Shield Company, Inc. (TNC), designaciones e información de identificación fabricadas y vendidas en otros nueve países con más de 1,000 clientes y más de 1,000 otros clientes. Con solo 3 empleados, la compañía más pequeña ha recibido los precios de la bala nuevamente en 1998 y 2000.

Su viaje a través de la calidad comenzó cuando amenazó con eliminarlo como proveedor si no usaba las herramientas para el control de calidad. Pero fue la paciencia del presidente de TNC, Dale Crownover, lo que marcó la diferencia y se aferró a las creencias de su personal. Crownover no solo comenzó a capacitar a los empleados, sino que también creó incentivos para obtener ganancias y distribución de bonos, además de los caperos de nómina que son mejores que el promedio en el sector industrial para fortalecer el trabajo por la lealtad y la promoción corporativa. A los empleados que han entrado en contacto con el cliente se les permitió resolver sus síntomas sin consultar con el gerente. Los trabajadores de producción también son responsables de optimizar su contribución a los objetivos de la compañía y adaptar el proceso para cubrir los criterios especificados por el equipo.

Se crea un diagrama de flujo para cada proceso TNC para permitir a los empleados determinar las opciones de mejora. El empleado promedio recibe 75 horas de capacitación en los primeros dos años. La mayoría de ustedes se entregan correctamente.

Diez empleados son varios empleados capacitados en tres o más empleos, se transfieren al campo de la compañía que ayuda a cumplir con los requisitos cambiantes del cliente y el mercado. Como resultado de estos esfuerzos, la compañía desmanteló su departamento de control de calidad y lo reemplazó con un equipo multifuncional, denunció la calidad de todos sus empleados. Los defectos cayeron de 2.4% a menos del 1%, mejorando la rotación del personal, y la participación de mercado aumentó en un 5% en solo tres años.

La situación es similar a la de las organizaciones no especializadas. A diferencia de sus colegas de negocios, estos son los únicos que no conducen a ganancias netas (aunque los presupuestos limitados son un factor importante en la búsqueda de calidad). Hay poca información sobre cómo las organizaciones sin fines de lucro y los empleados usan un "idioma" que difiere de los principios de calidad de la empresa. Por lo tanto, este es un problema para implementar conceptos comerciales en aplicaciones críticas. Además de los principales desafíos que enfrentan las organizaciones inusuales, el miedo al cambio es superar la idea de que este tipo de organizaciones difieren, sin utilizar principios de calidad, identificar sus visiones con sus clientes, comprender sus procesos de trabajo, administrar recursos limitados y comprender sus relaciones con los gobiernos y las grandes empresas.

Sin embargo, muchas organizaciones no rentables continúan con el principio de calidad general debido a su impacto en el público y la sociedad, sus clientes y accionistas clave. Por ejemplo, United Way of America reconoció en 1994 que la organización de United Way era de alta calidad. La Cruz Roja Americana ha lanzado un esfuerzo de calidad a largo plazo multimillonario para mejorar la efectividad y su proceso de contribución, análisis y distribución. Se centra en mantener la variabilidad, las desviaciones y los errores a través de las iniciativas, de la siguiente manera:

Use una nueva tecnología para reducir las posibilidades de error humano.

Reconstruye y aumenta la escala del personal de garantía de calidad.

Crear un sistema de capacitación ágil e integrado.

Use un proceso de fabricación de alto impacto para hacer que los errores sean más eficientes y más fáciles con la reingeniería.

Inversión en instalaciones para permitir una implementación más eficiente y efectiva de nuevas tecnologías.

Calidad del sector público

Calidad del sector público (autoridades federales, estatales, parroquias) no ha logrado un crecimiento o impulso como el sector privado. Sin embargo, muchas empresas en el sector público han hecho avances significativos al incluir principios de calidad.

Las agencias gubernamentales estatales y locales pudieron desarrollar sus propios programas y procesos de calidad, a pesar de ser mucho más lentos que el sector privado. En Massachusetts, los monitores de asesoramiento de mejora de calidad y promueven una amplia gama de programas de calidad. El programa nacional de precios de calidad investigado en el próximo capítulo forma la base de muchos estados y gobiernos locales, aprendiendo sobre calidad y buscando empresas privadas de la misma manera.

Uno de los primeros ejemplos de iniciativas de calidad exitosas en el sector público es la ciudad de Madison, Wisconsin. De 1983 a 1989, el alcalde de Madison, Joseph Sensenbrenner fue uno de los primeros en aportar principios de alta calidad al gobierno de la ciudad.

Después de una auditoría realizada en 1983, Sensenburner intentó utilizar una estrategia de mejora de la calidad que los gerentes y la mecánica se sorprendieron al ver a los "directores superiores" para resolver los problemas, incluidos pocos problemas en talleres urbanos, como escasez en reparaciones y equipos, algunos problemas en talleres urbanos. Sensenbrenner logró la cooperación del secretario general de la Unión y estableció un equipo para recopilar información de todos los procesos de mecánica y reparación. El equipo descubrió que la situación era que muchos retrasos eran el resultado del inventario inadecuado de repuestos. Esto se debió al hecho de que hay más de 10 tipos, modelos, versiones y equipos de larga data que compraron a la persona que ofreció el precio más bajo. La resolución de problemas requiere trabajo en equipo y elimina los obstáculos interdepartamentales. El concepto de clientes internos era prácticamente desconocido.

Cuando las pautas de compras de 24 niveles fueron reemplazadas por otra de las tres, los empleados se sorprendieron y se les complació que alguien las estuviera

escuchando. Investigaron el potencial de los programas de mantenimiento preventivo y descubrieron que los departamentos de la ciudad no usaban recubrimientos en sus camiones cuando se trataba de materiales corrosivos, como la sal, por ejemplo. La mecánica manejó las patrullas policiales y descubrió que estos autos pasaban la mayor parte de su tiempo inactivo, y esta información se utilizó para refinar adecuadamente el motor. Otros departamentos ayudaron a recopilar datos. Como resultado, el tiempo promedio de reparación del automóvil se redujo de 9 días a 3 días, y los ahorros netos anuales se redujeron en alrededor de 700,000 dólares estadounidenses.

Las enseñanzas aprendidas en los talleres de la ciudad se extendieron en otros departamentos, desde la pintura hasta la salud. Cuando Sensenburner terminó su período en 1989, cada departamento de la ciudad de Madison dirigió 20-30 proyectos de calidad. Las cinco unidades se centraron en el compromiso a largo plazo con las nuevas prácticas de gestión, incluida la mejora continua de la calidad y las habilidades en las técnicas de registro de datos.

La ciudad proporcionó cursos de capacitación para todos los empleados. Algunas agencias estatales, listas para hacerse cargo de la estrategia de Madison, han comenzado los esfuerzos conjuntos. Los trabajadores municipales también inventaron mejoras en los servicios para clientes internos y externos.

Dimensiones de la calidad de servicio

Se tomará en referencia al modelo SERVQUAL planteado por Parasuraman et al. (1993) quienes sostienen que esta variable tiene 5 dimensiones, las mismas que serán explicadas a continuación:

Elementos Tangibles: refiere a todos aquellos objetos perceptibles a simple vista los que, para efectos de una institución educativa, están reflejados en el ambiente, maquinarias y materiales de comunicación (Parasuraman et al., 1993). Esta información es complementada por Larrea (1991) al sostener que estos complementan el servicio brindado.

Fiabilidad: alude a la facultad de la empresa y sus colaboradores de otorgar el servicio según lo prometido según las cualidades del bien que se ofrece, entendiéndose, para instituciones educativas, consecución de promesas, resolución de problemas y garantía (Parasuraman et al., 1993). En otros términos, Larrea (1991) asegura que esta

dimensión resulta en brindar un producto bueno desde la primera vez, aunque se va perfeccionando con la práctica y experiencia resultando en un avance paulatino. Kotler (2012) añade que la fiabilidad debe desarrollarse en el periodo establecido, además de resolución de problemas y manejo de quejas del consumidor.

Capacidad de Respuesta: esta dimensión alude a la facultad de absolver dudas del cliente y responder interrogantes, dudas, quejas o reclamos de los clientes rápidamente (Parasuraman et al., 1993). Complementando este punto, Larrea (1991) afirma que los empresarios deben adaptarse fácilmente a las necesidades cambiantes del mercado. Como punto adicional, Kotler (2012) considera que se debe mantener informado al consumidor sobre el tiempo del servicio.

Seguridad: son los saberes y destrezas de los trabajadores para generar confianza, amabilidad y competitividad cuando se brinda algún servicio (Parasuraman et al., 1993). En palabras de Larrea (1991), consiste en la persuasión del servicio para que las personas crean en este.

Empatía: esto refiere a la atención personalizada. Refiere a la relación subjetiva entre cliente y servidor para lograr buenas experiencias suponiendo anteponer intereses del cliente a otros elementos (Parasuraman et al., 1993). Asimismo, Larrea (1991) afirma que la empatía comprende la accesibilidad, comunicación y conocimiento del cliente.

2.3.2 Bases teóricas de la imagen institucional

Solamente la percepción que el usuario logre la complacencia de sus exigencias y expectativas detalla el grado de calidad alcanzado. Es así como el individuo es la partida para establecimiento de estrategias de servicio cuya finalidad debe ser satisfacer a los usuarios actuales y aumentar los grados de satisfacción.

Las instituciones pretenden mantener satisfechos a sus públicos porque alguien satisfecho reitera o recomienda la compra manifestando sus experiencias positivas con el bien. La finalidad es conseguir que las expectativas del cliente concuerden o rebasen con el rendimiento institucional (Peña, Chávez y Antón, 2019).

Como afirma Huamán (2017), las verdaderas necesidades y expectativas del cliente se conocen como calidad esperada. Este tipo de calidad es la que el cliente supone que recibirá del producto. El productor identifica estas necesidades y expectativas y las

traduce en especificaciones para los productos y servicios. La calidad real es el resultado del proceso de producción y la que se entrega al cliente. Sin embargo, la calidad real puede ser muy diferente a la calidad esperada si se pierde la información o se interpreta de manera equivocada de un paso a otro.

Los usuarios valorarán percepciones de calidad y progreso (calidad percibida) cotejando sus expectativas (calidad esperada) con lo recibido (calidad real). Si la esperada es más elevada que la real, es viable que el usuario se halle insatisfecho. No obstante, si la calidad real excede las expectativas, el cliente se sentirá satisfecho y hasta maravillado. Debido a que la calidad percibida promueve el comportamiento del usuario, los oferentes deben esforzarse por certificar que la calidad real plasme con lo esperado. Las instituciones forman valor al proponer servicio de calidad que los usuarios lo necesitan, en contraprestación, las entidades reciben valor de sus usuarios monetariamente ya que el cliente pagó para adquirir y emplear los servicios (Lovelock, 2014).

Por otro lado, Castro (2017) la interpreta como el conjunto de valores e íconos que constituyen la cultura corporativa de cualquier entidad. Estos principios se encuentran en el interior y son factores que motivan al empleado para lograr objetivos o enfrentar situaciones de crisis. Esta identidad también está vinculada a logotipos, atuendos, colores y patrones.

De manera similar, Capriotti (2013) la interpreta como las características particulares, constantes y diferenciales de las instituciones que consiguen autoidentificarse y autodiferenciarse, aunque el autor mismo argumenta que toda organización puede experimentar cambios durante su existencia en su esfuerzo por ajustarse a los contextos. Por esta razón, señala dos métodos para establecerla.

- **Perspectiva del Diseño:** se define por la identidad visual de la entidad, o sea, lo que los individuos pueden percibir como íconos, logos, tipografía, marca y colores corporativos.

- **Perspectiva Organizacional:** define los elementos distintivos ante la competencia directa o indirecta de la marca.

Características de la imagen institucional

Para conocer sus características, se citará a Miranda (2018) quien afirma que posee tres grandes cualidades:

- a) **Cambiante:** el repetir la acción de compra no necesariamente implica que siempre tendrá las mismas cualidades o experiencias pudiendo generar distintos niveles de satisfacción.
- b) **Intensidad:** la satisfacción del usuario presenta tres niveles que serán explicados en el siguiente acápite.
- c) **Recomendable:** el producto o servicio puede generar las expectativas a tal grado de poder ser recomendable de manera positiva o negativa a otros consumidores o usuarios.

Niveles de la imagen institucional

Luengo (2015) establece los siguientes niveles de la imagen institucional:

- a) **Insatisfacción:** esto se genera cuando el rendimiento percibido del producto o servicio comprado no satisface las perspectivas del comprador.
- b) **Satisfacción:** esto se produce cuando el desempeño de la calidad coincide cuantitativa y cualitativamente con las expectativas primigenias.
- c) **Complacencia:** esto se genera cuando el desempeño percibido supera con creces las demandas de los diversos usuarios.

Importancia de la imagen institucional

Como sostienen Evans y Lindsay (2014) la imagen institucional es un factor importante en la utilidad neta. Las empresas que tienen una tasa de retención de clientes de 98% son dos veces más productivas que aquellas cuya tasa es de 94%. Otros estudios demuestran que los clientes insatisfechos comunican sus experiencias negativas a, por lo menos, dos veces más personas que sus experiencias positivas. Por ejemplo, los clientes de comerciantes al por mayor compartieron experiencias negativas con un promedio de seis personas respecto a la temporada de compras navideña de 2015, y las probabilidades de evitar la tienda de las personas que escucharon las experiencias fueron cinco veces las del cliente originalmente no satisfecho.

De acuerdo con Arrieta (2021), la relevancia se encuentra en la misma competencia desmedida que dificulta un posicionamiento en el mercado consumidor. En este contexto, surge un desafío en la diferenciación del producto, donde la imagen corporativa es un componente esencial para aportar valor a la empresa, transformándose

en un valor intangible y estratégico de la organización, ya que las instituciones crean una identidad en los consumidores.

Como sostienen Aguilar, Salguero y Barriga (2018), el rol esencial de la imagen es crear valor empresarial al generar diferenciación. La imagen debe ser utilizada por cualquier entidad, ya sea pública o privada.

En última instancia, Granell (2021) argumenta que debe existir consistencia entre las imágenes institucionales, de marca y las del producto: la visión de cualquier entidad en relación a elementos sensoriales y lingüísticos.

Componentes de la imagen institucional

Peña, Antón y Chávez (2019) detallan tres elementos de este concepto que se detallarán a continuación:

Imagen Funcional: simbolizada por la labor corporativa, la cual emerge del comportamiento institucional y su trabajo de comercialización. Se relaciona con políticas operativas como proveedores, distribuidores, calidad de los productos, rentabilidad, servicio al cliente para transmitir actitudes y valores.

Autoimagen: se refiere al individuo organizacional y proviene de la misma cultura empresarial. Este elemento se desarrolla a partir de todas las percepciones similares de los miembros de la entidad. Algunos de los elementos a considerar incluyen su progreso, políticas de la empresa, cultura, valores, fortalezas, debilidades, comunicación interna y niveles de motivación.

Imagen Intencional: se refiere a lo que proyecta y diferencia a la entidad nativa desde su personalidad institucional, o sea, lo que la entidad aspira a manifestar y estimular en la percepción de sus públicos para conseguir un posicionamiento más favorable. Se manifiesta a través de acciones de comunicación y se fundamenta en la percepción del público, destacando la identidad visual y la misma comunicación corporativa.

Dimensiones de la imagen institucional

- a) Expectativa

Kotler y Keller (2012) sostienen que esta dimensión consiste en el deseo esperado en relación a la realización de un contexto o realidad futura de poder alcanzar una alegría palpable. En el contexto del sector público, es representada por la esperanza del usuario en que sus trámites o la atención por parte de los trabajadores de la institución sea amable y que genere un espacio confortable.

Esta identidad se ve reflejada en los siguientes indicadores:

Recomendaciones: manifestaciones verbales de los usuarios de una determinada institución que expresan su conformidad con los trámites realizados o el trato del personal.

Atención: grado de cortesía y esmero que ponen los trabajadores de instituciones públicas para atender de una manera positiva a los usuarios.

b) Servicio brindado

Según con Capriotti (2009), esta dimensión es representada por las actividades que ejecutan las personas para cubrir expectativas determinadas de los usuarios. Normalmente, en entidades públicas, los usuarios expresan mal servicio por parte de estas ya que al carecer de otras opciones a las que el mismo usuario pueda acudir, los mismos trabajadores no se esmeran por superarse.

Los indicadores son profesionalismo y cortesía.

Profesionalismo: característica de las personas que se dedican a la atención al cliente o al usuario que evidencian determinadas expresiones lingüísticas, maneras de expresarse o empleo de tecnicismos.

Cortesía: nivel de familiaridad con el que los trabajadores de instituciones tratan a los usuarios para generar un ambiente positivo durante los trámites que son realizados.

c) Percepción: Entendido como la impresión presentada en determinados momentos en donde los sentidos captan elementos novedosos o llamativos produciendo imágenes mentales favorables o desfavorables según el contexto. Estas informaciones son analizadas y retenidas en el cerebro (Pérez, 2016).

Los indicadores de esta dimensión son imagen, retroalimentación y tiempo de espera.

Imagen: forma en que la ciudadanía aprecia a determinadas instituciones o entidades o marcas o productos según la experiencia vivida en base al trato y servicio brindado durante su estadía.

Retroalimentación: rapidez en la respuesta de los trabajadores cuando son consultados por los trámites que están siendo motivo de procesos.

2.4 Definición de términos básicos

Expectativa: Kotler y Keller (2012) sostienen que consiste en el deseo esperado en relación a la realización de un contexto o realidad futura de poder alcanzar una alegría palpable.

Imagen: Es la forma en que la ciudadanía aprecia a determinadas instituciones o entidades o marcas o productos; en este caso, la apreciación de la ciudadanía con la empresa (Capriotti, 2008).

Institución: Organismo gubernamental que persigue la realización de fines o propósitos establecidos por la entidad.

Público: Es un grupo de personas unidas por un interés concreto con referencia a un punto compartido (Kotler y Keller, 2012).

Retroalimentación: velocidad en el feedback del trabajador al ser preguntados por los trámites que están siendo motivo de procesos.

Servicio: son actividades que ejecutan las personas para cubrir expectativas determinadas de los usuarios.

Profesionalismo: característica de las personas que se dedican a la atención al cliente o al usuario que evidencian determinadas expresiones lingüísticas, maneras de expresarse o empleo de tecnicismos.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Hipótesis de Investigación

3.1.1 Hipótesis general

La calidad de servicio se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

3.1.2 Hipótesis específicas

Los elementos tangibles se relacionan positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

La fiabilidad se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

La capacidad de respuesta se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

La seguridad se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

La empatía se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

3.2 Variables de investigación

3.2.1 Identificación y definición

Calidad de servicio: Evans y Lindsay (2014) sostienen que es el gozo del cliente respecto al bien obtenido y el grado de percepción va desde la muy insatisfecho a muy satisfecho. Dentro de las cualidades resaltantes se halla tiempo, urgencia, familiaridad, entrega, cuidado durante la manipulación y transporte del bien, entre otras.

Imagen institucional: Costa (citado en Peña et al., 2019) afirma que es una gráfica psíquica que reposa en la colectividad, de prejuicios o sumatoria de importantes cualidades, idóneas para influir en comportamientos y cambiarlas.

3.2.2 Operacionalización

Calidad de servicio: sumatoria de cualidades brindadas por las empresas, tanto desde el producto propiamente dicho como por elementos ajenos al producto en sí tales como atención al cliente, capacidad de respuesta, fiabilidad en el servicio, entre otros; cuyo resultado recaerá en el beneplácito del público.

Imagen institucional: grado o nivel de complacencia reflejado por los usuarios quienes presentaron cierta expectativa por el servicio brindado por la entidad la cual se contrasta con la percepción de los servicios brindados.

Cuadro de operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	
VARIABLE (1) Calidad de servicio	Elementos tangibles	Ambiente	1 – 2		
		Dispositivos	3– 4		
		Material informativo	5 – 6		
	Fiabilidad	Acatamiento de proposiciones		7	Nunca (1)
			Solución de inconvenientes	8	Casi nunca (2)
			Garantía	9	A veces (3)
		Capacidad de Respuesta	Destreza	10	Casi siempre (4)
			Apresuramiento	11	Siempre (5)
	Seguridad	Familiaridad	12		
		Cordialidad	13		
	Empatía	Individualización	14		
		Horarios de atención	15		

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Imagen institucional	Expectativa	Recomendación	1 – 2	Nunca (1)
		Atención personalizada	3 – 4	Casi nunca (2)
	Servicio	Profesionalismo	5	A veces (3)
		Cortesía	6	Casi siempre (4)
	Percepción	Imagen	7 – 8	Siempre (5)
		Retroalimentación oportuna	9	
			10	
		Tiempo de espera	11	

3.3 Tipo, nivel y diseño de investigación

3.3.1 Tipo de investigación

Aplicada porque se anhela contrastar los saberes actuales con la realidad, buscando solucionar inconvenientes de índole prácticos (Hernández Fernández y Baptista 2014).

3.3.2 Nivel de investigación

Será correlacional por intentar descubrir el tipo de existencia entre variables, luego, conocer el nivel de relación respectivo entre calidad del servicio y la imagen institucional, respectivamente (Hernández et al., 2014).

3.3.3 Diseño de investigación

No experimental porque no se practicará ninguna alteración a las variables ni al objeto de estudio ni se concebirá algún tipo de experimento.

También se añade el corte transversal o transeccional porque la información será compilada en un único periodo.

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

Hernández, Fernández y Baptista (2014) manifiestan que la población es la cantidad de individuos con características comunes o similares conformantes del objeto de estudio de la indagación. Para este caso, constituye a los usuarios que realizaron trámites en el Palacio de Justicia durante el 2023, los mismos que son detallados a continuación según los meses correspondientes.

Tabla 2.

Mes	Cantidad de usuarios
Enero	5842
Febrero	4362
Marzo	9198
Abril	7306
Mayo	11936
Junio	10106
Julio	9622
Agosto	13039
Setiembre	12713
Octubre	5161

Fuente: Oficina de Seguridad Integral – PJ

Por lo tanto, la cantidad de usuarios que ingresan mensualmente, en promedio, resulta de 8928 usuarios.

3.4.2 Muestra

Para calcular la muestra correspondiente se procedió con la trasposición de montos en la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Realizando el cambio respectivo, bajo los siguientes parámetros, se obtiene lo siguiente

N = población (8928)

Z = grado de confianza (1.96)

P = probabilidad de acierto (50%)

Q = probabilidad de rechazo (50%)

D = error estadístico (0.05)

Procediendo con los cálculos correspondientes, se obtiene la siguiente información:

$$n = \frac{8928 \times (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \times (8928 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{8928 \times 3.8416 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \times (8928 - 1) + 3.8416 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 8574.4512 / 23.2369$$

$$n = 369$$

Por lo tanto, según los cálculos correspondientes, la muestra asciende a 369 ciudadanos que acudieron al Palacio de Justicia durante el 2023.

Criterios de Inclusión de los participantes:

- Ciudadanos que realizaron algún trámite en el 2023 en el Palacio de Justicia.
- Ciudadanos que acudieron al Palacio de Justicia en el 2023.
- Ciudadanos que realizaron trámites en el Palacio de Justicia en el 2023.
- Ciudadanos dispuestos a ser encuestados.

Criterios de Exclusión de los participantes:

- Ciudadanos que no realizaron algún trámite en el 2023 en el Palacio de Justicia.
- Ciudadanos que no acudieron al Palacio de Justicia en el 2023.
- Ciudadanos que no realizaron trámites en el Palacio de Justicia en el 2023.
- Ciudadanos no dispuestos a ser encuestados.

3.4.3 Muestreo

La técnica de muestreo para la presente tesis o investigación académica es a la nombrada como probabilística aleatoria simple porque cualquier usuario conformante de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionados sin eliminar a ninguno para poder ser encuestado.

3.5. Métodos de investigación

El método que se empleará será el hipotético-deductivo: luego de contrastar las hipótesis, la conclusión será prevista con anticipación desde las bases teóricas establecidas anticipadamente.

3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos**3.6.1 Técnicas**

La encuesta por tratarse de una técnica empleada para el recojo de información a grandes cantidades de personas.

3.6.1 Instrumentos

El instrumento elegido para desarrollar la investigación es el cuestionario, el cual será dividido en dos partes por contener dos variables. En relación a la primera variable, está se divide en cinco dimensiones, de las cuales tendrá un total de 15 preguntas a ser respondidas; en cambio, la segunda variable se divide en tres dimensiones alcanzando 11 preguntas.

Validez del instrumento**Tabla 3:***Validación del juicio de expertos*

Nº orden	Apellidos y nombres	DNI	Puntaje	Valoración
1	Dra. Gladys Flores Heredia	10407972	47	Aplicable
2	Mag. Milton Eduardo Zevallos Castañeda	09932234	48	Aplicable
3	Mag. Marco Antonio Sánchez Cumpa	41440548	46	Aplicable

Fuente: Ficha de validación de los expertos

Como se visualiza en la tabla 3, los tres expertos manifestaron su conformidad para la aplicación del instrumento presentado.

Confiabilidad del instrumento

Para el caso de la confiabilidad para la aplicación de los instrumentos, se procedió con el estadístico Alfa de Cronbach luego de haber encuestado a 20 individuos de la muestra.

Tabla 4:*Confiabilidad de la variable 1*

Alfa de Cronbach	Nº de Elementos
,925	15

En la tabla 4, se aprecia los resultados obtenidos para la confiabilidad de la calidad de servicio los cuales fueron 0.925 aplicado a una muestra piloto de 20 individuos, lo cual pone en manifiesto una confiabilidad fuerte y pudiendo ser aplicada.

Tabla 5:*Confiabilidad de la variable 2*

Alfa de Cronbach	Nº de Elementos
,918	11

Por lo tanto, en la tabla 5, se aprecia los resultados obtenidos para la confiabilidad de la satisfacción del usuario cuyo resultado fue 0.918 pone de manifiesto una fuerte confiabilidad y su posterior aplicación.

3.7. Técnicas de procesamiento de datos

Para procesar los datos que se obtendrán mediante la aplicación del cuestionario, se empleará el software SPSS en su versión 24 el mismo que servirá para la obtención de gráficas descriptivas y, posteriormente, de estadística inferencial para el contraste de las hipótesis correspondientes.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo

Resultados del Cuestionario. Variable 1.

PREGUNTAS RELACIONADAS A LA CALIDAD DEL SERVICIO

Tabla 6.

1. ¿Considera que la infraestructura del Palacio de Justicia es moderna?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	39	11%
Casi nunca	122	33%
A veces	195	53%
Casi siempre	9	2%
Siempre	4	1%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 6, el 53% (195) de los usuarios encuestados considera que la infraestructura del Palacio de Justicia es moderna en algunas ocasiones. Sin embargo, el 11% (39) opina que nunca es moderna, mientras que solo el 1% (4) la perciben como siempre moderna.

Tabla 7.

2. ¿Considera que los espacios del Palacio de Justicia se hallan pulcros (cuidados y limpios)?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	33	9%
Casi nunca	106	29%
A veces	206	56%
Casi siempre	20	5%
Siempre	4	1%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 7, el 56% (206) de los usuarios encuestados considera que los espacios del Palacio de Justicia se hallan pulcros (cuidados y limpios) en algunas ocasiones. Sin embargo, el 9% (33) opina que nunca se encuentran pulcros, mientras que solo el 1% (4) la perciben siempre pulcros.

Tabla 8.

3. ¿Considera que los equipos informáticos (Pantallas gigantes y computadoras) del Palacio de Justicia son modernos?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	18	5%
Casi nunca	114	31%
A veces	215	58%
Casi siempre	17	5%
Siempre	5	1%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 8, el 58% (215) de los usuarios encuestados consideran que los equipos informáticos (Pantallas gigantes y computadoras) del Palacio de Justicia en algunas ocasiones se encuentran modernos. Sin embargo, el 5% (18) opina que nunca se encuentran modernos, mientras que solo el 1% (5) la perciben que siempre se encuentran modernos.

Tabla 9.

4. ¿Considera que el inmobiliario y los equipos informáticos del Palacio de Justicia se hallan limpios?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	13	4%
Casi nunca	106	29%
A veces	219	59%
Casi siempre	24	7%
Siempre	7	2%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 9, el 59% (219) de los usuarios encuestados consideran que el inmobiliario y los equipos informáticos del Palacio de Justicia en algunas ocasiones se hallan limpios. Sin embargo, el 4% (13) opina que nunca se encuentran limpios, mientras que solo el 2% (7) la perciben como siempre limpios.

Tabla 10.

5. ¿Considera importante la información impresa (volantes, folletos, banner y paneles) que se le proporciona en el Palacio de Justicia?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	38	10%
Casi nunca	107	29%
A veces	194	53%
Casi siempre	18	5%
Siempre	12	3%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 10, el 53% (194) de los usuarios encuestados consideran que la información impresa (volantes, folletos, banner y paneles) que se le proporciona en el Palacio de Justicia en algunas ocasiones son importantes. Sin embargo, el 10% (38) opina que nunca son importantes, mientras que solo el 3% (12) considera que siempre son importantes.

Tabla 11.

6. ¿Considera relevante la información digital proyectadas en las pantallas de las salas de espera del Palacio de Justicia?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	30	8%
Casi nunca	124	34%
A veces	188	51%
Casi siempre	15	4%
Siempre	12	3%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 11, el 51% (188) de los usuarios encuestados consideran que la información digital proyectadas en las pantallas de las salas de espera del Palacio de Justicia en algunas ocasiones son relevantes. Sin embargo, el 8% (30) opina que nunca son relevantes, mientras que solo el 3% (12) considera que siempre son relevantes.

Tabla 12.

7. ¿Considera que el Palacio de Justicia le otorga un servicio de calidad?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	20	5%
Casi nunca	125	34%
A veces	198	54%
Casi siempre	21	6%
Siempre	5	1%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 12, el 54% (198) de los usuarios encuestados consideran que el Palacio de Justicia en algunas ocasiones le otorga un servicio de calidad. Sin embargo, el 5% (20) opina que nunca ofrecen un servicio de calidad adecuado para sus usuarios, mientras que solo el 1% (5) considera que siempre le otorga un servicio de calidad bueno.

Tabla 13.

8. ¿Considera que personal del Palacio de Justicia demuestra interés para resolver sus problemas?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	25	7%
Casi nunca	130	35%
A veces	189	51%
Casi siempre	22	6%
Siempre	3	1%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 13, el 51% (189) de los usuarios encuestados consideran que el personal del Palacio de Justicia en algunas ocasiones demuestra interés para resolver sus problemas. Sin embargo, el 7% (25) opina que nunca muestran interés, mientras que solo el 1% (3) considera que siempre están interesados para resolver su problema.

Tabla 14.

9. ¿Considera que el servicio brindado por el personal del Palacio de Justicia es confiable?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	26	7%
Casi nunca	139	38%
A veces	179	49%
Casi siempre	20	5%
Siempre	5	1%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 14, el 49% (179) de los usuarios encuestados consideran que el servicio brindado por el personal del Palacio de Justicia en algunas ocasiones es confiable. Sin embargo, el 7% (26) opina que nunca son confiables, mientras que solo el 1% (5) considera que el servicio brindado siempre es confiable.

Tabla 15.

10. ¿Considera que el personal del Palacio de Justicia tiene destreza para atenderlo?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	26	7%
Casi nunca	129	35%
A veces	194	53%
Casi siempre	16	4%
Siempre	4	1%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 15, el 53% (194) de los usuarios encuestados consideran que el personal del Palacio de Justicia en algunas ocasiones presenta destreza para atenderlo. Sin embargo, el 7% (26) opina que nunca tienen destreza, mientras que solo el 1% (4) consideran que siempre tienen destreza para atenderlos.

Tabla 16.

11. ¿Considera que el personal del Palacio de Justicia los atiende con rapidez?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	27	7%
Casi nunca	147	40%
A veces	174	47%
Casi siempre	18	5%
Siempre	3	1%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 16, el 47% (174) de los usuarios encuestados consideran que el personal del Palacio de Justicia en algunas ocasiones los atiende con rapidez. Sin embargo, el 7% (27) opina que nunca los atienden con rapidez, mientras que solo el 1% (3) consideran que siempre son atendidos con rapidez.

Tabla 17.

12. ¿Considera que el personal del Palacio de Justicia los atiende con empatía?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	28	8%
Casi nunca	140	38%
A veces	181	49%
Casi siempre	17	5%
Siempre	3	1%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 17, el 49% (181) de los usuarios encuestados consideran que el personal del Palacio de Justicia en algunas ocasiones los atiende con empatía. Sin embargo, el 8% (28) opina que nunca los atienden con empatía, mientras que solo el 1% (3) consideran que siempre los atienden con empatía.

Tabla 18.

13. ¿Considera que el personal del Palacio de Justicia muestra cordialidad al momento de atenderlo?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	26	7%
Casi nunca	138	37%
A veces	181	49%
Casi siempre	23	6%
Siempre	1	0%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 18, el 49% (181) de los usuarios encuestados consideran que el personal del Palacio de Justicia en algunas ocasiones muestra cordialidad al momento de atenderlo. Sin embargo, el 7% (26) opina que nunca los atienden con cordialidad, mientras que solo el 0% (1) consideran que siempre los atienden con cordialidad.

Tabla 19.

14. ¿Considera que en el Palacio de Justicia recibe atención personalizada?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	32	9%
Casi nunca	132	36%
A veces	175	47%
Casi siempre	26	7%
Siempre	4	1%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 19, el 47% (175) de los usuarios encuestados consideran que en el Palacio de Justicia en algunas ocasiones reciben atención personalizada. Sin embargo, el 9% (32) opina que nunca reciben atención personalizada, mientras que solo el 1% (4) consideran que siempre los atienden de manera personalizada.

Tabla 20.

15. ¿Considera que los horarios de atención en el Palacio de Justicia son adecuados?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	37	10%
Casi nunca	144	39%
A veces	167	45%
Casi siempre	18	5%
Siempre	3	1%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 20, el 45% (167) de los usuarios encuestados consideran que los horarios de atención en el Palacio de Justicia en algunas ocasiones son adecuados. Sin embargo, el 10% (37) opina que nunca son adecuados, mientras que solo el 1% (3) consideran que siempre son adecuados los horarios.

PREGUNTAS RELACIONADAS A LA IMAGEN INSTITUCIONAL

Tabla 21.

1. ¿En términos generales, considera que los servicios del Palacio de Justicia son recomendables?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	26	7%
Casi nunca	156	42%
A veces	179	49%
Casi siempre	5	1%
Siempre	3	1%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 21, el 49% (179) de los usuarios encuestados considera que los servicios del Palacio de Justicia son recomendables en algunas ocasiones. Sin embargo, el 7% (26) opina que nunca son recomendables, mientras que solo el 1% (3) la considera como siempre recomendable.

Tabla 22.

2. ¿Considera que el trato del personal del Palacio de Justicia es adecuado?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	26	7%
Casi nunca	135	37%
A veces	186	50%
Casi siempre	20	5%
Siempre	2	1%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 22, el 50% (186) de los usuarios encuestados consideran que el trato del personal del Palacio de Justicia es adecuado en algunas ocasiones. Sin embargo, el 7% (26) opina que nunca son adecuados, mientras que solo el 1% (2) la perciben siempre adecuados.

Tabla 23.

3. ¿Considera que la atención del personal de seguridad del Palacio de Justicia fue personalizada?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	29	8%
Casi nunca	137	37%
A veces	185	50%
Casi siempre	16	4%
Siempre	2	1%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 23, el 50% (185) de los usuarios encuestados consideran que la atención del personal de seguridad del Palacio de Justicia en algunas ocasiones fue personalizada. Sin embargo, el 8% (29) opina que nunca fue personalizada, mientras que solo el 1% (2) consideran que siempre fue personalizada.

Tabla 24.

4. ¿Considera que la atención del personal de la mesa de partes del Palacio de Justicia fue personalizada?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	32	9%
Casi nunca	145	39%
A veces	176	48%
Casi siempre	13	4%
Siempre	3	1%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 24, el 48% (176) de los usuarios encuestados consideran que la atención del personal de la mesa de partes del Palacio de Justicia en algunas ocasiones fue personalizada. Sin embargo, solamente el 9% (32) opina que esta atención nunca fue personalizada, mientras que solo el 1% (3) consideran que siempre fue personalizada.

Tabla 25.

5. ¿Considera que el servicio brindado por parte del personal del Palacio de Justicia fue con profesionalismo?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	25	7%
Casi nunca	135	37%
A veces	182	49%
Casi siempre	22	6%
Siempre	5	1%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 25, el 49% (182) de los usuarios encuestados consideran que el servicio brindado por parte del personal del Palacio de Justicia en algunas ocasiones fue con profesionalismo. Sin embargo, el 7% (25) opina que nunca fueron profesionales, mientras que solo el 1% (5) consideran que el servicio siempre fue con profesionalismo.

Tabla 26.

6. ¿Considera que el servicio brindado por parte del personal del Palacio de Justicia fue con un trato cortés?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	29	8%
Casi nunca	135	37%
A veces	176	48%
Casi siempre	25	7%
Siempre	4	1%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 26, el 48% (176) de los usuarios encuestados consideran que el servicio brindado por parte del personal del Palacio de Justicia en algunas ocasiones fue con un trato cortés. Sin embargo, el 8% (29) opina que nunca fueron cortés, mientras que solo el 1% (4) consideran que el servicio siempre fue con un trato cortés.

Tabla 27.

7. ¿Antes de iniciar los trámites, la imagen que tenía sobre servicio del Palacio de Justicia era buena?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	27	7%
Casi nunca	143	39%
A veces	174	47%
Casi siempre	22	6%
Siempre	3	1%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 27, el 47% (174) de los usuarios encuestados consideran que antes de iniciar los trámites, la imagen que tenía sobre servicio del Palacio de Justicia en algunas ocasiones era buena. Sin embargo, el 7% (27) opina que nunca fue buena, mientras que solo el 1% (3) consideran que la imagen que tenían siempre fue buena.

Tabla 28.

8. ¿Considera que la imagen del Palacio de Justicia fue mejorando durante los trámites realizados?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	30	8%
Casi nunca	143	39%
A veces	171	46%
Casi siempre	19	5%
Siempre	6	2%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 28, el 46% (171) de los usuarios encuestados consideran que la imagen del Palacio de Justicia en algunas ocasiones fue mejorando durante los trámites realizados. Sin embargo, el 8% (30) opina que nunca mejoró, mientras que solo el 2% (6) consideran que siempre fue mejorando.

Tabla 29.

9. ¿Considera que se siente conforme con la imagen ofrecida por el Palacio de Justicia?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	29	8%
Casi nunca	136	37%
A veces	180	49%
Casi siempre	20	5%
Siempre	4	1%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 29, el 49% (180) de los usuarios encuestados consideran que en algunas ocasiones se sienten conformes con la imagen ofrecida por el Palacio de Justicia. Sin embargo, el 8% (29) opina que nunca se siente conforme, mientras que solo el 1% (4) considera que siempre se siente conforme.

Tabla 30.

10. ¿Considera que la respuesta recibida por parte del personal del Palacio de Justicia fue oportuna?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	29	8%
Casi nunca	141	38%
A veces	176	48%
Casi siempre	18	5%
Siempre	5	1%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 30, el 48% (176) de los usuarios encuestados consideran que en algunas ocasiones la respuesta recibida por parte del personal del Palacio de Justicia fue oportuna. Sin embargo, el 8% (29) opina que nunca fue oportuna, mientras que solo el 1% (5) considera que siempre fue oportuna.

Tabla 31.

11. ¿Considera que se siente satisfecho con el tiempo de espera de los procedimientos que realiza en el Palacio de Justicia?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	39	11%
Casi nunca	138	37%
A veces	178	48%
Casi siempre	12	3%
Siempre	2	1%
TOTAL:	369	100%

Según la tabla 31, el 48% (178) de los usuarios encuestados consideran que en algunas ocasiones se sienten satisfechos con el tiempo de espera de los procedimientos que realiza en el Palacio de Justicia. Sin embargo, el 11% (39) opina que nunca se sienten satisfechos, mientras que solo el 1% (2) considera que siempre se sienten satisfechos.

4.2 Contratación de hipótesis

En este punto se realiza lo manifestado en las hipótesis, es decir, se contrasta cada una de las hipótesis.

En primer lugar, se procedió a efectuar la prueba de normalidad de Kolmogorov – Smirnow debido a que los cuestionarios fueron dirigidos a 369 usuarios del Palacio de Justicia.

Tabla 32.

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
1. Calidad de servicio	,056	369	,000	,125	369	,000
2. Imagen Institucional	,044	369	,000	,107	369	,000

H₀: Los datos de la calidad de servicio y la imagen institucional poseen distribución normal.

H_i: Los datos de la calidad de servicio y la imagen institucional no poseen distribución normal.

Regla de decisión

Si p (Sig) $> 0,05$; Se acepta la hipótesis nula (H_0)

Si p (Sig) $< 0,05$; Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna

Debido a que el valor de p es menor de 0,05 (Sig. 0.000), se da por aceptada la hipótesis alterna y rechazada la hipótesis nula. En tal sentido, para contrastar la hipótesis se utilizó una fórmula estadística nombrada el coeficiente Rho de Spearman ya que la prueba de normalidad resultó menor de 0.05 y la población fue de 369 encuestados. Se debe mencionar que esta prueba fue obtenida mediante el software denominado SPSS en su versión 26.

De la misma manera, para poder determinar la regla del coeficiente de estas hipótesis se realizó mediante la siguiente tabla denominada Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman.

Tabla 33.

Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman

Valor de Rho	Significado
-1	Correlación negativa perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández y Mendoza (2018)

Prueba de contrastación de hipótesis general

H0: La calidad de servicio no se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

Hi: La calidad de servicio se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

Tabla 34.*Contrastación hipótesis general*

			Calidad de servicio	Imagen institucional
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	1,000	,517**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	369	369
	Imagen institucional	Coefficiente de correlación	,517**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	369	369

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 8 se visualiza que nivel de significancia es menor a 0,05 como resultado se niega la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por ello se puede indicar que la calidad de servicio se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

Además el resultado del coeficiente de correlación Rho de Spearman, es 0,517 y de acuerdo con la de estimación de la correlación de Spearman, existe una relación positiva y moderada.

Prueba de contrastación de hipótesis específica 1:

H₀: Los elementos tangibles no se relacionan positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

H_i: Los elementos tangibles se relacionan positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

Tabla 35.*Contrastación hipótesis específica N° 1*

			Elementos tangibles	Imagen institucional
Rho de Spearman	Elementos tangibles	Coefficiente de correlación	1,000	,520**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	369	369
	Imagen institucional	Coefficiente de correlación	,520*	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	369	369

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 9 se visualiza que nivel de significancia es menor a 0,05 como resultado se niega la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por ello se puede indicar que los elementos tangibles se relacionan positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

Además el resultado del coeficiente de correlación Rho de Spearman, es 0,520 y de acuerdo con la de estimación de la correlación de Spearman, existe una relación positiva y moderada.

Prueba de contrastación de hipótesis específica 2:

H₀: La fiabilidad no se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

H_i: La fiabilidad se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

Tabla 36.

Contrastación hipótesis específica N° 2

			Fiabilidad	Imagen institucional
Rho de Spearman	Fiabilidad	Coefficiente de correlación	1,000	,415**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	369	369
	Imagen institucional	Coefficiente de correlación	,415**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	369	369

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 10 se visualiza que nivel de significancia es menor a 0,05 como resultado se niega la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por ello se puede indicar que la fiabilidad se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

Además el resultado del coeficiente de correlación Rho de Spearman, es 0,415 y de acuerdo con la de estimación de la correlación de Spearman, existe una relación positiva y moderada.

Prueba de contrastación de hipótesis específica 3:

H0: La capacidad de respuesta no se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

Hi: La capacidad de respuesta se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

Tabla 37.

Contrastación hipótesis específica N° 3

			Capacidad de respuesta	Imagen institucional
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	Coefficiente de correlación	1,000	,366**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	369	369
	Imagen institucional	Coefficiente de correlación	,366**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	369	369

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 11 se visualiza que nivel de significancia es menor a 0,05 como resultado se niega la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por ello se puede indicar que la capacidad de respuesta se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

Además el resultado del coeficiente de correlación Rho de Spearman, es 0,366 y de acuerdo con la de estimación de la correlación de Spearman, existe una relación positiva y baja.

Prueba de contrastación de hipótesis específica 4:

H0: La seguridad no se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

Hi: La seguridad se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

Tabla 38.*Contrastación hipótesis específica N° 4*

			Seguridad	Imagen institucional
Rho de Spearman	Seguridad	Coefficiente de correlación	1,000	,355**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	369	369
	Imagen institucional	Coefficiente de correlación	,355**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	369	369

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 12 se visualiza que nivel de significancia es menor a 0,05 como resultado se niega la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por ello se puede indicar que la seguridad se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

Además el resultado del coeficiente de correlación Rho de Spearman, es 0,355 y de acuerdo con la de estimación de la correlación de Spearman, existe una relación positiva y baja.

Prueba de contrastación de hipótesis específica 5:

H0: La empatía no se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

Hi: La empatía se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

Tabla 39.*Contrastación hipótesis específica N° 5*

			Empatía	Imagen institucional
Rho de Spearman	Empatía	Coefficiente de correlación	1,000	,432**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	369	369
	Imagen institucional	Coefficiente de correlación	,432**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	369	369

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 13 se visualiza que nivel de significancia es menor a 0,05 como resultado se niega la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por ello se puede indicar que la empatía se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.

Además el resultado del coeficiente de correlación Rho de Spearman, es 0,432 y de acuerdo con la de estimación de la correlación de Spearman, existe una relación positiva y moderada.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

Respecto al objetivo general de esta investigación, el cual fue determinar la relación entre la calidad de servicio y la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023, los resultados evidenciaron una relación moderada con un Rho de Spearman de 0.517; es decir, de manera moderada. Esta comprobación concuerda con lo planteado por Quesada (2021) quien afirma que la calidad de servicio del Poder Judicial de El Santa se halla en un nivel intermedio de aceptación. Del mismo modo, se concuerda con Montenegro (2020) quien concluyó que el 42% de encuestados sostuvo que la calidad resultó en término medio. El mismo autor sostuvo que la satisfacción del usuario alcanzó un nivel intermedio por un 40% de encuestados al igual que sus respectivas dimensiones – trato del personal, estructura-organización, comodidad y competencia profesional – obtuvieron. De forma similar, se concuerda con los planteamientos de Matos (2020) quien asegura que la calidad de servicio fue considerada como buena y la relación con la satisfacción del usuario fue elevada. Del mismo modo, se concuerda con López y Arenas (2020) quien aseguran que existe relación baja entre la atención al contribuyente y calidad de servicio con la satisfacción. En el ámbito internacional, se coincide con Novoa (2020) quien concluye que es muy importante evaluar la capacidad del sistema judicial para brindar calidad. También se concuerda con Ganga, Alarcón y Pedraja (2019) por manifestar que las expectativas son un factor importante para la evaluación de los usuarios porque se pueden comparar los resultados vistos antes y después de ser recibidos. Estos investigadores concluyen sosteniendo que para poder optimizar la calidad de servicio, primero se debe evaluar, luego identificar los puntos débiles y, finalmente, plantear propuestas de mejora según los objetivos institucionales. Por otro lado, se coincide con Aguerre (2018) quien manifiesta que los usuarios se encuentran medianamente satisfechos con la atención recibida. Finalmente, se concuerda con los planteamientos de Delgado (2018) quien halló que el 70% de encuestados considera que la calidad brindada por el Poder Judicial ecuatoriano no cumple con sus expectativas y este porcentaje se da tanto por parte de los trabajadores como de los usuarios de este servicio.

Respecto al primer objetivo específico de esta investigación, el cual fue establecer la relación entre elementos tangibles y imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023; los resultados evidencian que sí existe esta relación con un Rho de Spearman de 0.520;

es decir, de manera moderada. Esta comprobación coincide con lo establecido por Quesada (2021) quien halló que los bienes tangibles se hallan en un nivel regular según las perspectivas de los encuestados (60%) recayendo en los equipamientos, la estructura y los materiales. De manera similar, se concuerda con Montenegro (2020) quien asegura que la percepción sobre los elementos tangibles se halla en un término intermedio de aceptación. También concluyó que hay relación alta entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario. Asimismo, se concuerda con Matos (2020) quien concluyó que los elementos tangibles guardan elevada relación positiva con la satisfacción del usuario del Poder Judicial de Lima Norte. En el ámbito internacional, se coincide con Ganga, Alarcón y Pedraja (2019) quienes afirman que los grados de mayor satisfacción fueron las dimensiones seguridad y elementos tangibles en el lugar estudiado. Finalmente, también se concuerda con Aguerre (2018) quien asegura que las instalaciones físicas, los encuestados manifestaron que son normales (28%) y, mayoritariamente, atractivas y muy atractivas (46%).

Respecto al segundo objetivo específico de esta investigación, el cual fue establecer la relación entre fiabilidad y imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023; es decir, de manera moderada. Este resultado es concordante con Quesada (2021) quien manifiesta que halló la fiabilidad del Poder Judicial de El Santa en nivel regular (65%) con la responsabilidad de labores y cumplimiento de horarios. También se concuerda con Montenegro (2020) por afirmar que la fiabilidad en la Sede Central del Poder Judicial de Lambayeque resultó en una aceptación baja por parte de los encuestados. De manera similar, existe concordancia con Matos (2020) porque afirma que la calidad de servicio vista desde la fiabilidad guarda relación baja con la satisfacción del usuario. Respecto a las investigaciones internacionales, se concuerda con Ganga, Alarcón y Pedraja (2019) quienes afirman que la fiabilidad fue la dimensión que generó menor satisfacción entre los usuarios. En sentido similar, existe concordancia con los planteamientos de Aguerre (2018) quien manifiesta que la apariencia física de los empleados resultó de la siguiente manera: normal (24%), correcto (26%) y pulcro (24%).

Respecto, al tercer objetivo específico de esta investigación, el cual fue establecer la relación entre capacidad de respuesta y imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023, los resultados evidencian que sí existe esta relación con un Rho de Spearman de 0.366; es decir, de manera baja. Este resultado concuerda con lo establecido por Quesada (2021) quien manifiesta que la capacidad de respuesta alcanzó un nivel regular (61%) al poseer conocimientos sobre las funciones, buena atención al usuario y también se cumple

con los plazos para los trámites. Asimismo, se concuerda con Montenegro (2020) quien sostiene que la capacidad de respuesta obtuvo un nivel intermedio de aceptación por parte de los usuarios del Ministerio Público de Lambayeque. Asimismo, Matos (2020) concluyó que la satisfacción de los usuarios es regular debido a que la capacidad de respuesta obtuvo correlación baja. Finalmente, López y Arenas (2020) afirman que la capacidad de respuesta, el tiempo de espera y la confianza se relacionan moderadamente con la satisfacción.

Respecto, al cuarto objetivo específico de esta investigación, el cual establecer la relación entre seguridad y imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023, los resultados evidencian que sí existe esta relación con un Rho de Spearman de 0.355; es decir, de manera baja. Este resultado concuerda con lo establecido por Quesada (2021) quien manifiesta que la seguridad, estuvo en un nivel regular (59%) al considerar que sí se presta confianza al usuario, se controla el orden de la documentación y existe confianza recibir orientación del personal. También se concuerda con Montenegro (2020) porque afirma la seguridad de la institución analizada guarda moderada relación con la satisfacción de sus usuarios. Asimismo, Matos (2020) concluyó que la satisfacción de los usuarios es regular debido a que la seguridad obtuvo una correlación baja. En sentido similar, se concuerda con López y Arenas (2020) quienes plantean que la sobrecarga laboral es un factor para la mala calidad del personal. En el aspecto internacional, también se coincide con Ganga, Alarcón y Pedraja (2019) quienes afirman que el nivel de mayor satisfacción se halla en la dimensión seguridad según manifestaron los encuestados. Finalmente, se coincide con Aguerre (2018) cuando menciona que la seguridad fue una de las dimensiones con menor puntaje obtenido, debiendo ser reforzados los indicadores de rapidez, disponibilidad de atención, cumplimiento de promesas e interés para resolver los problemas.

Finalmente, respecto al quinto objetivo específico de esta investigación, el cual fue establecer la relación entre empatía y imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023, los resultados evidencian que sí existe esta relación con un Rho de Spearman de 0.432; es decir, de manera moderada. Este resultado concuerda con lo establecido por Quesada (2021) quien manifiesta que la empatía se halló en nivel regular (63%) resaltando las respuestas acertadas sobre los trámites, comprensión en las necesidades y esmero al cumplir sus funciones. Asimismo, se concuerda con Montenegro (2020) quien asegura que existe una relación alta entre empatía y satisfacción del usuario del Ministerio

Público de Lambayeque. En sentido similar se concuerda con Matos (2020) concluyó que la satisfacción de los usuarios es regular debido a que la empatía obtuvo una correlación moderada. Respecto al contexto internacional, se concuerda con los investigadores Ganga, Alarcón y Pedraja (2019) quienes aseguraron que para poder optimizar la calidad de servicio, primero se debe evaluar, luego identificar los puntos débiles y, finalmente, plantear propuestas de mejora según los objetivos institucionales. Finalmente, Aguerre (2018) manifiesta que la dimensión empatía guarda moderada relación con la satisfacción de los usuarios estudiados.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Tras haber realizado la investigación y, en base a los objetivos de la misma, se llega a las siguientes conclusiones:

1. Existe una relación positiva y moderada entre la calidad de servicio y la imagen institucional del Palacio de Justicia en el 2023 debido a que las expectativas y la percepción reflejada en recomendaciones y la misma imagen de la institución alcanzaron una aceptación moderada por parte de estos usuarios. Esto se debe a que los encuestados manifestaron que la atención del personal de la mesa de partes del Palacio de Justicia fue personalizada. En relación a la calidad de servicio, la dimensión que obtuvo mejor aceptación fue “elementos tangibles”, como las pantallas que sirve para llamar al público.
2. Existe una relación positiva y moderada entre los elementos tangibles y la imagen institucional del Palacio de Justicia en el 2023 porque las instalaciones donde se atiende a los usuarios del Palacio de Justicia se hallan pulcros y porque los equipos informáticos, como pantallas gigantes y computadoras de esta entidad pública, son modernos; en cambio, el material informativo alcanzó percepciones bajas por parte de estos usuarios encuestados.
3. Existe una relación positiva y moderada entre la fiabilidad y la imagen institucional del Palacio de Justicia en el 2023, debido a que el servicio de calidad fue considerado como regular, además porque el personal que labora en la institución demostró poco interés para resolver sus problemas. En cambio, la garantía de servicio fue considerada como deficiente.
4. Existe una relación positiva y baja entre la capacidad de respuesta y la imagen institucional del Palacio de Justicia en el 2023 debido a que el personal que labora en la institución carece de la destreza necesaria para atender de manera eficaz las consultas de los usuarios, lo cual se relaciona con una falta de rapidez en la atención a los usuarios de esta entidad pública.

5. Existe una relación positiva y baja entre la seguridad y la imagen institucional del Palacio de Justicia en el 2023, debido a que el trato cordial al hablar con la personal evidencia, según los resultados obtenidos, falta de empatía hacia los usuarios que acudieron al Palacio de Justicia en el periodo estudiado. Asimismo, la cordialidad del personal fue considerada deficiente al momento de atender al usuario.
6. Existe una relación positiva y moderada entre la empatía y la imagen institucional del Palacio de Justicia en el 2023 debido a que los encuestados aseguraron que los horarios de atención en el Palacio de Justicia son adecuados y que la atención personalizada.

6.2 Recomendaciones

Las recomendaciones abordadas fueron las siguientes:

1. La Oficina de Administración de la Corte Suprema de Justicia de la República, ubicado en la sede del Palacio de Justicia, a través del Área del Módulo de Atención al Usuario (MAU), debe aplicar encuestas que permitan evaluar la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los usuarios. Estos resultados son claves para encontrar oportunidades de mejora continua y asegurar una atención eficiente, orientadas a la necesidad de quienes acuden a esta entidad, de esta forma contribuir al cumplimiento del cuarto objetivo estratégico institucional “Impulsar la mejora de la calidad del servicio de justicia para la sociedad”, establecido en el Plan Estratégico Institucional (PEI) del Poder Judicial 2021-2023.
2. La Oficina de Administración de la Corte Suprema de Justicia de la República, ubicado en la sede del Palacio de Justicia, a través del Área de Logística, debe supervisar que el personal de limpieza mantenga los lugares pulcros y ordenados. Así mismo, mediante el Área de Informática, verificar el adecuado funcionamiento del equipamiento tecnológico, a fin de que siempre se encuentren operativos y garantizar una atención eficiente de los usuarios durante sus gestiones en el lugar.
3. La Oficina de Administración de la Corte Suprema de Justicia de la República, ubicado en la sede del Palacio de Justicia, a través del Área de Logística, deben implementar una adecuada señalización interna, donde se identifique claramente

las áreas de atención al usuario, a fin de optimizar la orientación dentro de la sede judicial, evitar confusiones que generen incomodidad, pérdida de tiempo y posibles demoras en los trámites judiciales, de esta forma se podrá mejorar la experiencia del usuario y reducir los niveles de confusión al dirigirse a los lugares requeridos.

4. La Oficina de Administración de la Corte Suprema de Justicia de la República, ubicado en la sede del Palacio de Justicia, a través del Área de Capacitación debe programar cada año en su Plan de Desarrollo de personas (PDP), actividades académicas con un nivel de evaluación de aprendizaje y aplicación para el personal que cumple funciones de atención al usuario, a fin de que en dicha institución cumplan rigurosamente los protocolos planteados por los directivos correspondientes.
5. La Oficina de Administración de la Corte Suprema de Justicia de la República, ubicado en la sede del Palacio de Justicia, a través del especialista en comunicación, deben diseñar e implementar un plan de comunicación interna, que refuerce una difusión clara, oportuna y efectiva de la información que requieren los usuarios mediante los canales internos (pantallas, totem, folletos, banner, entre otros), a fin de brindar información relevante sobre los servicios disponibles, procedimientos, requisitos, y especialmente sobre el seguimiento de sus trámites.

Referencias bibliográficas

- Aguerre, M. C. (2018). *Satisfacción del cliente del Juzgado de Faltas de la Municipalidad de Ensenada* [tesis de maestría. Universidad Nacional de la Plata]. <https://doi.org/10.35537/10915/46849>
- Aguilar, S. Salguero, R. y Barriga, S. (2018). *Comunicación e Imagen Corporativa*. Machala, Ecuador: UTMACH <https://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/12502>
- Arellano, H. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva, *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 3, 72-83. <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/627/pdf>
- Arrieta, J. (2021). *La importancia de una imagen corporativa*. <https://utel.mx/blog/tendencias/la-importancia-de-una-imagen-corporativa/>
- Boyer, L. (2024). *Publicidad gráfica de Facebook y la imagen corporativa de la Universidad Nacional de Tumbes, 2023* [tesis de maestría. Universidad Jaime Bausate y Mesa]. <https://repositorio.bausate.edu.pe/handle/20.500.14229/361>
- Capriotti, P. (2013). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Almuceda. http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC_4ed.pdf
- Castro, B. (2017). *El Auge de la Comunicación Corporativa*. Creative Commons <https://robertoigarza.files.wordpress.com/2008/11/lib-el-auge-de-la-comcorporativa-castro-2007.pdf>
- Cubillos, M. & Rozo, D. (2019). El concepto de calidad: Historia, evolución e importancia para la competitividad, *Revista de la Universidad de La Salle*, 48, 80-99. <https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1170&context=ruls>
- Delgado, E. (2018). *Gestión de calidad de servicio en instituciones del poder judicial ecuatoriano* [tesis de maestría. Universidad Nacional de la Plata]. <https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/53/59>
- Deming, W. (1994). *La Nueva Economía Para la Industria, el Gobierno y la Educación*. Días de Santos, S.A.
- Denton, K. (1991). *Calidad en el Servicio a los Clientes*. Días de Santos, S.A.

- Ganga, F., Alarcón, N. y Pedraja, L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt – Chile. *Revista chilena de ingeniería* 27(4). https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-33052019000400668
- Granell, J. (2021). *¿Por qué es tan importante la imagen corporativa?* <https://pukkas.com/por-que-es-tan-importante-la-imagen-corporativa/>
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P (2014) *Metodología de la investigación* (6ª ed.). The McGraw-Hill.
- Kotler, P. y Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing* (14ª ed.). Pearson.
- Larico, B. (2022). Quality of service in restaurants in Cañete-Peru. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(7), 556–571. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.7.37>
- Larrea, P. (1991). *Calidad de Servicio. Del Marketing a la Estrategia*. Días de Santos, S.A.
- López, F. & Arenas, S. (2020). Gestión de la calidad y la satisfacción de los usuarios de los centros de asistencia legal gratuita de Lima. *REVISTA GOBIERNO Y GESTIÓN PÚBLICA*, 7(2), 107 - 124. <https://revistagobiernoygestionpublica.usmp.edu.pe/index.php/RGGP/article/view/177>
- Montenegro, K. (2020). *La calidad del servicio de la Sede Central del Distrito Fiscal de Lambayeque, Ministerio Público y lineamientos de mejora* [tesis de maestría, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/9251/Montenegro_Serrano_Karen_Grey.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Matos, M. (2020). *La calidad del servicio de administración de justicia y su relación con la satisfacción de los justiciables, de la especialidad civil del distrito judicial de Lima Norte año 2017* [tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/16443>
- Morillo, C. (2016). Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales*, 22(2), 2019. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5778313>

- Novoa, C. (2020). *Índice de calidad de la justicia del Poder Judicial de Chile ¿un instrumento para medir la producción de valor público?* [tesis de maestría. Universidad de Chile]. Chile. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/137578>
- Ortiz, J. (2021). *SERVQUAL: guía básica sobre el modelo de calidad*. HubSpot. <https://blog.hubspot.es/service/que-es-servqual>
- Pacheco, M. & Cabrera, M. (2020). Gestión de intangibles como pilar fundamental en el desarrollo de nuevas organizaciones. *Universidad y Sociedad*, 12 (3), 398-406. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n3/2218-3620-rus-12-03-398.pdf>
- Panduro (2022). *Calidad de servicio del expediente judicial electrónico frente a la administración de justicia del distrito judicial de Condevilla, 2022* [tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/121171>
- Parasuraman, A.; Zeithaml, V. & Berry, L. (1988). *Calidad Total en la Gestión de Servicios*. Días de Santos, S.A.
- Peña, P., Antón, J., y Chávez, A. (2019). *Comunicación Rentable*. Editorial Esepe
- Pérez, V. (2016). *Calidad total en la atención al cliente. Pautas para garantizar la excelencia en el servicio* (1° ed.): Ideaspropias Editorial SL <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=283019>
- Quesada, R. (2021). *Relación entre la gestión del cambio y la calidad de servicio del Poder Judicial Chimbote Distrito Judicial Del Santa 2021* [tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/74243>
- Ruiz, J. (2020). *Historia y Evolución de la Calidad*. <https://www.ruizgallegoconsultores.com/calidad/historia-y-evoluci%C3%B3n-de-la-calidad>

ANEXOS

1. Matriz de consistencia
2. Matriz de operacionalización de variables
3. Instrumentos de recolección de datos
4. Prueba de confiabilidad y validez del instrumento
5. Carta de autorización de aplicación del instrumento
6. Transcripción de la entrevista al señor Guillermo Huallanca Portilla, jefe de Seguridad y Periféricos del Palacio de Justicia.

Anexo 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología de investigación
¿Existe relación entre la calidad de servicio y imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023?	Establecer la relación de la calidad de servicio y imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.	La calidad de servicio se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.	Calidad de servicio	Elementos tangibles Fiabilidad Capacidad de respuesta Seguridad Empatía	A.- Método y diseño de la investigación Tipo: aplicada Nivel: correlacional Diseño: no experimental de corte transversal B.- Población y muestra: Población: 8574 usuarios del Palacio de Justicia Muestra: 369
<p>¿Existe relación entre elementos tangibles y imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023?</p> <p>¿Existe relación entre fiabilidad y imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023?</p>	<p>Establecer la relación de elementos tangibles y imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.</p> <p>Establecer la relación de fiabilidad y imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.</p>	<p>Los elementos tangibles se relacionan positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.</p> <p>La fiabilidad se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.</p>	imagen institucional	Expectativa Servicio brindado Percepción	

<p>¿Existe relación entre capacidad de respuesta y imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023?</p> <p>¿Existe relación entre seguridad y imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023?</p> <p>¿Existe relación entre empatía y imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023?</p>	<p>Establecer la relación de capacidad de respuesta y imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.</p> <p>Establecer la relación de seguridad y imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.</p> <p>Establecer la relación de empatía y imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.</p>	<p>La capacidad de respuesta se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.</p> <p>La seguridad se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.</p> <p>La empatía se relaciona positivamente con la imagen institucional del Palacio de Justicia, 2023.</p>			<p>C. Técnica e instrumento de recolección de datos:</p> <p>Técnica: encuesta</p> <p>Instrumento: cuestionario</p> <p>D.- Procesamiento de análisis de datos:</p> <p>SPSS versión 24</p>
--	---	--	--	--	--

Anexo 2
Matriz de operacionalización

VARIABLES	Dimensiones	Indicadores	Ítems			
VARIABLE (1) Calidad de servicio	Elementos tangibles	Ambiente	1 – 2	Escala de Likert		
		Dispositivos	3– 4			
		Material informativo	5 – 6			
	Fiabilidad	Acatamiento de proposiciones	7			
		Solución de inconvenientes	8			
		Garantía de servicio	9			
		Capacidad de Respuesta	Destreza		10	
			Apresuramiento		11	
		Seguridad	Familiaridad		12	
	Cordialidad		13			
	Empatía	Atención individualizada	14			
		Horarios de atención	15			
	VARIABLES	Dimensiones	Indicadores		Ítems	Escala de medición
	Imagen institucional	Expectativa	Recomendación		1 – 2	Escala Likert
			Personalizada		3 – 4	
Servicio brindado		Profesionalismo	5			
		Cortesía	6			
Percepción		Imagen	7 – 9			
		Retroalimentación	10			
	Tiempo de espera	11				

Anexo 3

Instrumentos de investigación

Instrumento de Calidad de Servicio

A continuación, se presenta una serie de ideas relacionadas a calidad de servicio del Palacio de Justicia (PJ). Le agradeceremos su punto de vista con la alternativa que considere adecuada según su parecer.

Nunca N
Casi Nunca CN
A veces AV
Casi Siempre CS
Siempre S

	N	CN	AV	CS	S
1. ¿Considera que la infraestructura del Palacio de Justicia es moderna?					
2. ¿Considera que los espacios del Palacio de Justicia se hallan pulcros (cuidados y limpios)?					
3. ¿Considera que los equipos informáticos (Pantallas gigantes y computadoras) del Palacio de Justicia son modernos?					
4. ¿Considera que el inmobiliario y los equipos informáticos del Palacio de Justicia se hallan limpios?					
5. ¿Considera importante la información impresa (volantes, folletos, banner y paneles) que se le proporciona en el Palacio de Justicia?					
6. ¿Considera relevante la información digital proyectadas en las pantallas de las salas de espera del Palacio de Justicia?					
7. ¿Considera que el Palacio de Justicia le otorga un servicio de calidad?					
8. ¿Considera que personal del Palacio de Justicia demuestra interés para resolver sus problemas?					
9. ¿Considera que el servicio brindado por el personal del Palacio de Justicia es confiable?					
10. ¿Considera que el personal del Palacio de Justicia tiene destreza para atenderlo?					
11. ¿Considera que el personal del Palacio de Justicia los atiende con rapidez?					
12. ¿Considera que el personal del Palacio de Justicia los atiende con empatía?					

13. ¿Considera que el personal del Palacio de Justicia muestra cordialidad al momento de atenderlo?					
14. ¿Considera que en el Palacio de Justicia recibe atención personalizada?					
15. ¿Considera que los horarios de atención en el Palacio de Justicia son adecuados?					

Instrumento de imagen institucional

A continuación, se presenta una serie de opiniones vinculadas a imagen institucional del Palacio de Justicia (PJ). Le agradeceremos su punto de vista con la alternativa que considere adecuada según su parecer.

Nunca N
Casi Nunca CN
A veces AV
Casi Siempre CS
Siempre S

	N	CN	AV	CS	S
1. ¿En términos generales, considera que los servicios del Palacio de Justicia son recomendables?					
2. ¿Considera que el trato del personal del Palacio de Justicia es adecuado?					
3. ¿Considera que la atención del personal de seguridad del Palacio de Justicia fue personalizada?					
4. ¿Considera que la atención del personal de la mesa de partes del Palacio de Justicia fue personalizada?					
5. ¿Considera que el servicio brindado por parte del personal del Palacio de Justicia fue con profesionalismo?					
6. ¿Considera que el servicio brindado por parte del personal del Palacio de Justicia fue con un trato cortés?					
7. ¿Antes de iniciar los trámites, la imagen que tenía sobre el servicio del Palacio de Justicia era buena?					
8. ¿Considera que la imagen del Palacio de Justicia fue mejorando durante los trámites realizados?					
9. ¿Considera que se siente conforme con la imagen ofrecida por el Palacio de Justicia?					
10. ¿Considera que la respuesta recibida por parte del personal del Palacio de Justicia fue oportuna?					
11. ¿Considera que se siente satisfecho con el tiempo de espera de los procedimientos que realiza en el Palacio de Justicia?					

Anexo 4

Validez del instrumento

I. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Nombre: Dra. Gladys Flores Heredia

CTI Vitae: 200081

Autora Scopus iD: 57817145300

Fecha: 08/09/2023

Institución: Corte Suprema de Justicia de la República del Poder Judicial

Instrucciones: Lee detenidamente los criterios a evaluar y marque el ítem que usted considere como experto (a) para cada uno de los criterios a evaluar.

El porcentaje para cada ítem es el siguiente:

Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
00 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente (00 - 20%)	Regular (21 - 40%)	Buena (41 - 60%)	Muy Buena (61 - 80%)	Excelente (81 - 100%)
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos.					X

8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					X
PROMEDIO DE VALIDACIÓN		95%				

II. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95%

III. OBSERVACIONES:

.....

IV. OPCIÓN DE APLICABILIDAD DEL INSTRUMENTO:

X

- ✓ No es aplicable.
- ✓ Es aplicable con las correcciones.
- ✓ Es aplicable.

Firma del Evaluador:



Nombres y Apellidos: Dra. Gladys Flores Heredia

DNI N.º: 10407972

Lima, 08 de septiembre del 2023

V. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Nombre: Mag. Milton Eduardo Zevallos Castañeda

Fecha: 09/09/2023

Institución: Universidad Nacional Federico Villareal

Instrucciones: Lee detenidamente los criterios a evaluar y marque el ítem que usted considere como experto (a) para cada uno de los criterios a evaluar.

El porcentaje para cada ítem es el siguiente:

Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
00 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente (00 - 20%)	Regular (21 - 40%)	Buena (41 - 60%)	Muy Buena (61 - 80%)	Excelente (81 - 100%)
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4.ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación.					X
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos.					X
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X

10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					X
PROMEDIO DE VALIDACIÓN		100%				

VI. **PROMEDIO DE VALORACIÓN:** 100%

VII. **OBSERVACIONES:**

.....

VIII. **OPCIÓN DE APLICABILIDAD DEL INSTRUMENTO:**

X

- ✓ No es aplicable.
- ✓ Es aplicable con las correcciones.
- ✓ Es aplicable.



Firma del Evaluador:

Nombres y Apellidos: Mag. Miltón Eduardo Zevallos Castañeda

DNI N.º: 09932234

Lima, 09 de septiembre del 2023

IX. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Nombre: Mag. Marco Antonio Sánchez Cumpa

Fecha: 10/09/2023

Institución: Corte Suprema de Justicia de la República del Poder Judicial

Instrucciones: Lee detenidamente los criterios a evaluar y marque el ítem que usted considere como experto (a) para cada uno de los criterios a evaluar.

El porcentaje para cada ítem es el siguiente:

Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
00 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente (00 - 20%)	Regular (21 - 40%)	Buena (41 - 60%)	Muy Buena (61 - 80%)	Excelente (81 - 100%)
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4.ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación.				X	
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos.					X
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X

9.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					X
PROMEDIO DE VALIDACIÓN		90%				

X. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90%

XI. OBSERVACIONES:

.....

XII. OPCIÓN DE APLICABILIDAD DEL INSTRUMENTO:

X

- ✓ No es aplicable.
- ✓ Es aplicable con las correcciones.
- ✓ Es aplicable.

Firma del Evaluador:



Nombres y Apellidos: Mag. Marco Antonio Sánchez Cumpa

DNI N.º: 41440548

Lima, 10 de septiembre del 2023

Anexo 5**Carta de autorización de aplicación del instrumento****CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA EL USO DE LA INFORMACIÓN
DEL PODER JUDICIAL**

Por el presente documento, aprobamos el uso de la información del Poder Judicial para que el alumno de la maestría en Comunicación y Marketing de la Universidad Jaime Bausate y Meza, **Luis Geancarlos Contreras Chupillon**, identificado con DNI N° 44486365, quien actualmente es servidor de la Corte Suprema de Justicia de la República, pueda desarrollar el proyecto de tesis **“Calidad del servicio y su relación con la imagen institucional del Palacio Nacional de Justicia, 2023”**.

Por tal motivo, nos comprometemos a brindar las facilidades necesarias en términos de acceso a la información relacionada para el desarrollo de su trabajo de grado, así como aceptamos su utilización con fines estrictamente académicos, formato digital o impreso.

Se firma el presente documento en señal de conformidad:



Eco. Guillermo A. Casafranca García
Jefe de la Oficina de Administración
Corte Suprema de Justicia de la República

Firma y sello

Jefe de la Oficina de Administración

Corte Suprema de Justicia de la República

Poder Judicial

Nombres y apellidos: Guillermo Alfonso Casafranca García

DNI: 08069687

Fecha: 15 de enero de 2024

Anexo 6

Transcripción de la entrevista al señor Guillermo Huallanca Portilla, jefe de Seguridad y Periféricos del Palacio de Justicia.

Lic. Luis Geancarlos Contreras Chupillon: Buenos días, nos encontramos en Palacio de Justicia del Poder Judicial, el día de hoy vamos a entrevistar al licenciado Guillermo Huallanca Portilla, jefe de Seguridad y Periféricos de la sede del Palacio de Justicia.

Lic. Luis Geancarlos Contreras Chupillon: ¿Cuáles son sus funciones principales como jefe de seguridad del Palacio de Justicia?

Lic. Guillermo Huallanca portilla: Bueno, mis funciones principalmente son: adoptar las previsiones del caso a fin de que se presente en condiciones operativas los equipos de seguridad, ser responsable de la gestión del sistema de seguridad integral, mantener la información actualizada del estado de operatividad de los equipos de seguridad, mantener actualizado el plan de seguridad, el estudio de seguridad, el plan de evacuación, el plan de toma de rehenes, plan de evacuación en caso de sismo, realizar la programación y evaluación de dos simulacros al año y el control integral de todas las puertas de acceso; son siete puertas en total que tenemos en el Palacio de Justicia.

Lic. Luis Geancarlos Contreras Chupillon: ¿Podría explicar cuáles son las funciones que realiza la Oficina de Seguridad Integral dentro del Poder Judicial a nivel nacional?

Lic. Guillermo Huallanca portilla: La Oficina de Seguridad Integral es el órgano de apoyo de la Corte Suprema, encargada de programar, dirigir y ejecutar los planes de seguridad, normas y directivas del sistema de seguridad, principalmente somos la primera imagen cuando el público ingresa, nosotros somos quienes los recibimos, damos la información y registramos en las sedes.

Hay sistemas que son electrónicos y otros que son manuales, todas las personas que ingresan tienen que llevar ese control que tenemos que hacer en las puertas, luego ingresan las personas donde se les orienta a donde desea dirigirse.

Lic. Luis Geancarlos Contreras Chupillon: Dentro del Palacio de Justicia ¿Cuántos accesos de ingreso para los usuarios tenemos?

Lic. Guillermo Huallanca portilla: Para los usuarios son dos puertas, puerta número cuatro, que es la puerta de Miguel Aljovín y la puerta número seis que da a la calle Buena Aventura, la llama excarceleta.

Lic. Luis Geancarlos Contreras Chupillon: ¿Cuántas personas de la Oficina de Seguridad Integral tienen asignado para atender durante el periodo de ocho a cinco de la tarde a los usuarios?

Lic. Guillermo Huallanca portilla: En la puerta cuatro que es la de acceso al público, son seis personas, cuatro de seguridad y dos señoritas que registran el ingreso de todos los usuarios.

Lic. Luis Geancarlos Contreras Chupillon: ¿Cuántos usuarios al día en promedio calcula que ingresan a Palacio de Justicia?

Lic. Guillermo Huallanca portilla: En promedio ingresan 350 personas al día, entre litigantes, abogados, personas que van a hacer lectura de sus expedientes a la Sala de Lectura y también personas que ingresan al Módulo de Atención al Usuario (MAU) a preguntar el estado de sus expedientes.

Lic. Luis Geancarlos Contreras Chupillon: ¿Cuáles son las funciones principales de los trabajadores que están en las puertas de acceso al usuario?

Lic. Guillermo Huallanca portilla: En la puerta número cuatro, la función específica es, primero la identificación de las personas con su documento de identidad o carnet de extranjería, en el segundo filtro se registran con el código de barra del documento de identidad, verifica que la persona tenga el expediente en Palacio de Justicia, y si no lo tienen, piden información al MAU; y el tercer filtro es la revisión de sus pertenencias, se le pasa el detector manual y luego ingresa a la Mesa de Partes, MAU o Sala de Lecturas.

Lic. Luis Geancarlos Contreras Chupillon: ¿Ustedes dirigen a cada usuario a las oficinas?

Lic. Guillermo Huallanca portilla: Mayormente la gente ingresa a la Mesa de Partes, donde se le indica, porque en todo el recorrido hay personal de seguridad, luego, si va a ingresar al Módulo de Atención al Usuario, también tenemos un personal de seguridad. Después de esos dos trayectos, si es que tiene que dirigirse a alguna otra oficina, nosotros los dirigimos previamente coordinado.

Lic. Luis Geancarlos Contreras Chupillon: En ese sentido, ¿Ustedes manejan dentro de sus funciones la orientación a los usuarios?

Lic. Guillermo Huallanca portilla: Sí, así es.

Lic. Luis Geancarlos Contreras Chupillon: ¿Qué pasa en caso detectan un mal trato por parte del personal de la OSI hacia los usuarios?

Lic. Guillermo Huallanca portilla: Nosotros también estamos sujetos al procedimiento administrativo disciplinario. El usuario presenta la queja, pedimos el informe de descargo del personal de seguridad, toda esa información la enviamos a procesos disciplinarios y ellos ya

siguen el conducto regular. Antes teníamos un procedimiento distinto, a partir de que pasamos a la Corte Suprema, todo pasa por proceso administrativo disciplinario.

Lic. Luis Geancarlos Contreras Chupillon: ¿Usan algún método de medición de la calidad de servicio que brindan a los usuarios?

Lic. Guillermo Huallanca portilla: Bueno, nuestra principal medición es cuando en el día el supervisor los reúne al término de la jornada y les pregunta sobre alguna novedad. Nuestra medición básicamente es diaria, cada semana los reúno en mi oficina a todo el personal de seguridad conjuntamente con el supervisor y vemos cómo nos ha ido en la semana. Diario no reunimos con el supervisor y semanal con el jefe de seguridad.

Lic. Luis Geancarlos Contreras Chupillon: ¿Ustedes como trabajadores de la OSI, reciben capacitaciones sobre estas materias del buen servicio y trato al usuario?

Lic. Guillermo Huallanca portilla: Sí, estamos recibiendo constantemente, por mi parte y por parte del Área de Capacitación. El curso de “Liderazgo” ha sido la última capacitación que hemos recibido.

Lic. Luis Geancarlos Contreras Chupillon: ¿Actualmente ustedes reciben atención psicológica o apoyo para el control emocional?

Lic. Guillermo Huallanca portilla: Sí, hemos recibido por parte el Área de Bienestar Social, han tenido casi el 70 % de los trabajadores de la OSI, los han llamado para tener una entrevista, porque necesitan una terapia especial por el tema del trato al público.

Lic. Luis Geancarlos Contreras Chupillon: ¿Cuál es el perfil que han considerado en las convocatorias para las personas que quieren postular a la OSI?

Lic. Guillermo Huallanca portilla: Es un perfil general, que tenga experiencia un año en seguridad, que hayan sido brigadistas institucionales y que tenga capacitaciones de trato al público. Los filtros que pasan son: las evaluaciones técnicas, evaluaciones psicológicas y la entrevista personal. Actualmente de cuatro plazas se han presentado 75 personas, hay un buen número para poder elegir a las más idóneas, sobre todo con el trato al público y mayormente los que ingresan aquí (PJ), porque en todas las puertas donde el personal de seguridad está de servicio tiene que atender al público.

Lic. Luis Geancarlos Contreras Chupillon: Por último ¿Qué conclusión reflexiva podría mencionar al respecto?

Lic. Guillermo Huallanca portilla: Bueno, como pasa en toda entidad pública, hay una rotación de personal donde llega un momento en que los trabajadores ya no son los mismos, entonces, la capacitación constante es el pilar básico, es mayormente lo que podría indicar al personal y contar

las experiencias que pasan, porque cada persona que ingresa es un mundo aparte, todas las personas que ingresan al Palacio de Justicia tienen problemas, no hay persona que venga de visita, vienen porque tienen un proceso, entonces, ya vienen con una carga emocional que es evidente al momento de ingresar, no es como un centro comercial que vienen para divertirse, aquí vienen porque tienen un problema, es por eso que la parte emocional y psicológica que los trabajadores deben de tener para recibir al público es muy importante.

El incentivo también es muy importante, porque, así como se le apertura un proceso disciplinario cuando comenten alguna falta, también se les premia con reconocimientos, a través de memorando o días libres para que se sientan motivados, porque la motivación también es constante, ya que todo el día ellos atienden al público.

Lic. Luis Contreras Chupillon: Quisiera agradecer al Licenciado Guillermo Huallanca Portilla, por la entrevista que me ha podido ofrecer el día de hoy, sabemos que va aportar mucho en esta investigación que estoy desarrollando para la universidad. Muchas gracias por su atención.